



**UNIVERSIDAD DE CUENCA**

**UNIVERSIDAD DE CUENCA**



**UNIVERSIDAD DE CUENCA**  
*desde 1867*

**PROGRAMA INTERDISCIPLINARIO DE POBLACIÓN Y DESARROLLO  
LOCAL SUSTENTABLE, PYDLOS.**



**“TURISMO Y DESARROLLO COMUNITARIO: CASO DE LA COMUNIDAD  
DE COCHASECA, PARROQUIA EL PROGRESO, CANTÓN NABÓN,  
DESDE DICIEMBRE 2009 HASTA LA ACTUALIDAD”**

**Tesis previa a la obtención del título de:  
“Magister en Desarrollo Local”.**

**DIRECTORA: Lcda. Marcela Alexandra Galarza Torres.**

**ALUMNO: Ing. Gerardo Patricio Alvarracín Avilés.**

**CUENCA – ECUADOR**

**2014**



**UNIVERSIDAD DE CUENCA**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente trabajo investigativo se ha encargado de determinar factores de desarrollo local resultantes de la consolidación de iniciativas económicas rurales alternativas, creadas por medio del manejo de la actividad turística desarrollada en un territorio rural de la Provincia del Azuay, específicamente en el cantón Nabón.

El objetivo del presente documento es conocer la experiencia de cooperación internacional ejecutada en territorio Nabonense, realizando un diagnóstico situacional de la experiencia de turismo comunitario denominada “El Colibrí de Nabón”, fraguado fruto del mencionado proceso y su repercusión alcanzada dentro del mercado turístico local, sus fortalezas pero considerando también sus necesidades; y por otra parte conocer el aporte generado a la población local desde una nueva plataforma de organización económica que trabaja sobre un modelo de turismo responsable y sostenible en función de los objetivos de Sumak Kawsay.

El estudio además conlleva el análisis tanto de la experiencia conformada así como lograr el acercamiento hacia los diversos actores, basándose en lineamientos teóricos y herramientas de investigación para determinar criterios, líneas de acción y al final lograr construir una propuesta de fortalecimiento que promueva la dinamización de su oferta turística en base a instrumentos y técnicas innovadoras generadas en base al territorio.

## **PALABRAS CLAVE**

- ☐ Turismo
- ☐ Turismo rural
- ☐ Emprendimientos turísticos
- ☐ Desarrollo
- ☐ Desarrollo local
- ☐ Desarrollo comunitario
- ☐ Territorio
- ☐ Buen vivir
- ☐ Marketing territorial



UNIVERSIDAD DE CUENCA

## **ABSTRACT**

This research work has been commissioned to determine local development factors resulting from consolidation of alternative rural economic initiatives, created by the management of tourism developed in a rural area of Azuay Province, specifically in the Nabon canton

The purpose of this paper is to know the experience of international cooperation executed in the territory Nabonense , performing a situational analysis of community tourism experience called " El Colibrí de Nabón " mentioned fruit setting process and its impact achieved within the local tourism market , their strengths but also considering their needs , and on the other hand know the contribution to the local population generated from a new platform of economic organization that works on a model of responsible and sustainable tourism based on Sumak Kawsay goals.

The study also involves the analysis of both the experience and made the approach to achieve the various actors, based on theoretical guidelines and research tools to determine criteria, lines of action and ultimately to build a proposal to strengthen that promotes the revitalization of their tourism offer based on innovative tools and techniques generated by territory.

## **KEY WORDS**

- ☐ Tourism
- ☐ Rural tourism
- ☐ Tourism entrepreneurship
- ☐ Development
- ☐ Local development
- ☐ Community development
- ☐ Territory
- ☐ Good living
- ☐ Territorial marketing



UNIVERSIDAD DE CUENCA

## **INDICE DE CONTENIDOS**

CAPÍTULO 1 .....	10
VISIONES DEL TURISMO .....	10
1. INTRODUCCIÓN .....	10
1.1 Caracterización del Cantón Nabón .....	11
1.1.1 Localización geográfica .....	11
1.1.2 Contexto socio cultural .....	14
1.1.3 Contexto Económico.....	15
1.2 Desarrollo, planificación y Buen Vivir .....	24
1.3 Plan Estratégico de Turismo del Cantón Nabón y su incidencia dentro del desarrollo local 33	
1.3.1 Cronología de la Instauración del Plan Estratégico de Turismo del Cantón Nabón. .	37
1.4 Caracterización de los emprendimientos turísticos del Cantón Nabón .....	40
1.4.1 Emprendimiento Turístico .....	46
CAPÍTULO 2 .....	49
TURISMO Y DESARROLLO LOCAL .....	49
2. INTRODUCCIÓN .....	49
2.1 Factores de Desarrollo Local .....	50
2.1.1 Desarrollo local .....	57
2.1.2 Actores del Desarrollo Local .....	63
2.1.3 Desarrollo local y Desarrollo turístico .....	64
2.1.4 Desarrollo Comunitario .....	66
2.2 Estudio de la Asociación de Turismo Comunitario “El Colibrí” .....	74
2.2.1 Diseño Metodológico del estudio .....	75
2.2.2 Análisis de la Asociación de Turismo Comunitario “El Colibrí” .....	83
1.4.1.1 Programa formativo para jóvenes .....	85
2.2.2.1 Diseño y trazado de rutas turísticas .....	89
2.2.2.1 Paquetes turísticos ofertados .....	91
2.2.2.1.1 Paquete No. 1 “Panorámicas del valle” .....	91
2.2.2.1.2 Paquete No. 2 “Cochaseca Interno - excursiones” .....	97
2.2.2.3 Paquete No. 3 “Altitud y formas de vida” .....	99
2.2.2.1 Talento humano .....	104
2.2.2.2 Estrategias de comercialización .....	108
2.2.2.3 Marco legal de la asociación de turismo comunitario “El Colibrí” .....	114
2.2.2.4 Participación de la comunidad .....	117
2.2.3 Sistematización y puesta en valor de los instrumentos de investigación .....	120





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

2.2.3.1 Entrevistas .....	123
2.2.3.1.1 Sistematización de entrevistas a actores directos .....	124
2.2.3.1.2 Sistematización de entrevistas actores indirectos .....	135
2.2.3.2 Focus Group (Grupo Focal).....	150
2.2.3.2.1 Objetivo General.....	150
2.2.3.2.2 Objetivos Específicos .....	151
2.2.3.2.3 Variables estudiadas .....	151
2.2.3.2.4 Tratamiento de variables .....	152
2.2.4 Análisis FODA.....	158
2.2.4.1 Percepciones a cerca del Buen Vivir.....	160
CAPÍTULO 3.....	164
PROPUESTA PARA SU FORTALECIMIENTO .....	164
3. INTRODUCCIÓN .....	164
3.1 Propuesta para el fortalecimiento de la Asociación de Turismo Comunitario “El Colibrí”.....	166
3.2 Objetivo de la propuesta .....	169
3.3 Marketing Territorial .....	170
3.4 Propuesta .....	174
3.4.1 Introducción .....	174
3.4.2 Estructura del Plan de Marketing Territorial .....	174
3.4.3 Desarrollo de la propuesta.....	175
3.4.3.1 Situación socio económica.....	175
3.4.3.2 Análisis externo para conocer las demandas del mercado .....	178
3.4.3.3 Factores diferenciadores que pueden ser considerados como factores de éxito dentro del mercado.....	179
3.4.3.4 Misión y visión del territorio .....	183
3.4.3.5 Valores .....	184
3.4.3.6 Implementación de planes, programas y proyectos .....	184
3.4.3.7 Acciones en el territorio como paso previo a su promoción .....	186
3.4.3.8 Branding territorial .....	187
3.4.3.9 Canales de distribución .....	191
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	192
3.5 Conclusiones.....	192
3.6 Recomendaciones.....	194
Bibliografía .....	197
ANEXOS.....	201



## UNIVERSIDAD DE CUENCA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, Gerardo Patricio Alvarracín Avilés, autor de la tesis "Turismo y Desarrollo Comunitario: Caso de la Comunidad de Cochaseca, Parroquia el Progreso, Cantón Nabón, desde Diciembre 2009 hasta la actualidad", reconozco y acepto el derecho de la universidad de Cuenca, en base al artículo 5, literal C, de su Reglamento de Propiedad Intelectual de publicar este trabajo de cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención del título de Magister en Desarrollo Local con Mención en Población y Territorio. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Cuenca, 7 de Marzo de 2014

Gerardo Patricio Alvarracín Avilés

010390147-6

---

*Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999*

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador



**UNIVERSIDAD DE CUENCA**



**UNIVERSIDAD DE CUENCA**

Fundada en 1867

Yo, Gerardo Patricio Alvarracín Avilés, autor de la tesis: "Turismo y Desarrollo Comunitario: Caso de la Comunidad de Cochaseca, Parroquia el Progreso, Cantón Nabón, desde Diciembre 2009 hasta la actualidad", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en este trabajo son absoluta responsabilidad del autor.

Cuenca, 7 de Marzo de 2014

**Gerardo Patricio Alvarracín Avilés**

**010390147-6**

---

*Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999*

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail [cdjbv@ucuenca.edu.ec](mailto:cdjbv@ucuenca.edu.ec) casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador



UNIVERSIDAD DE CUENCA

### **DEDICATORIA**

*El presente trabajo investigativo va dedicado a mis queridos amigos emprendedores de la Comunidad de Cochaseca del Cantón Nabón; hombres y mujeres que diariamente forjan sus sueños e ideales a través del fomento de retos; gente que no predice el futuro, más bien lo crean desde sus propias iniciativas. A ellos dedico este trabajo investigativo fruto del proceso de idealización, creación y consolidación del Primer “Emprendimiento Turístico Comunitario” dentro del Cantón Nabón.*

*Gerardo Patricio*



UNIVERSIDAD DE CUENCA

### **AGRADECIMIENTOS**

*En más grande de los agradecimientos será siempre para el Padre de la vida, Dios, quién ha sido el coautor de este proceso educativo, por haberme dado la gracias de la vida, el conocimiento y la sabiduría necesaria para poder llegar a cumplir una meta importante dentro de mi carrera profesional y humana.*

*Un sincero agradecimiento al Programa Interdisciplinario de Población y Desarrollo Local Sustentable, PYDLOS – Universidad de Cuenca, por haber brindado el espacio a la formación de nuevos investigadores dentro del área del desarrollo local, al cuerpo interdisciplinario de maestros docentes y a toda su estructura administrativa quienes durante todo este tiempo se esmeraron por cumplir a cabalidad los objetivos de la maestría.*

*Finalmente hago público un eterno agradecimiento a mi directora de tesis, en la persona de la Lcda. Alexandra Galarza, quién bajo su perfil profesional supo direccionar las mejores de las enseñanzas en el afán de consolidar este importante documento investigativo.*

*Gerardo Patricio*



UNIVERSIDAD DE CUENCA

## CAPÍTULO 1

### VISIONES DEL TURISMO

***Nabón, “la tierra del nabo, trigo y tequila”.***

#### 1. Introducción

Considerando que la dinámica de la población siempre se la desarrolla desde un espacio propio a la cual se pertenece, resulta pertinente al inicio de este trabajo investigativo analizar la importancia de la planificación territorial, considerándola como una herramienta asociada directamente a la actividad turística, la cual precisa de un espacio geográfico adecuado para ejercerse a través de la denominada Gestión del Turismo, la misma que tiene como objetivo principal promover y proveer desde el territorio bienes y servicios al turista para lograr su satisfacción al momento de su desplazamiento y visita.

Es en este sentido que la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo<sup>1</sup>, a través del Plan Nacional para el Buen Vivir 2009 – 2013, por medio de las Estrategias Territoriales Nacionales, Agendas Zonales, entre otras herramientas de planificación regional buscan fraguar propuestas de planificación a nivel nacional, en concordancia con los procesos de ordenamiento territorial.

Parte importante de este proceso de planificación comprende en modelar la actividad turística que se la ejecuta en el país, en tanto se analicen y se estudien factores como la articulación territorial del sistema

---

<sup>1</sup> Mediante Decreto Ejecutivo No. 1372 del 12 de febrero del 2004 se creó la SENPLADES, como organismo técnico responsable de la planificación nacional. El artículo 255 de la Constitución de la República señala que el Sistema Nacional de Planificación contará con la participación de los gobiernos seccionales autónomos y de las organizaciones sociales que determine la Ley.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

turístico, así como las variables de oferta y demanda a nivel de las diversas tipologías y formas de crear un ecosistema turístico. Para ello se puede también considerar como un indicador importante la evaluación del Proyecto “Generación de Alternativas Económicas para las y los jóvenes del Cantón Nabón, mediante el impulso del turismo y la cultura”, y su correlación en el ámbito del desarrollo local, investigado a través de un proceso metodológico que incluye la convergencia de métodos cualitativos y cuantitativos, lo cual permitirá la determinación de las capacidades territoriales insertadas dentro de la comunidad beneficiada y su repercusión en el mercado turístico local.

Por consiguiente, los resultados obtenidos fruto de la intervención del mencionado proyecto, así como los resultados obtenidos del presente proceso investigativo, servirán de insumos base para determinar una propuesta que revitalice su condición de atractivo y que favorezca su ámbito de gestión territorial desde lo local, considerando la importante relación entre el turismo y el buen vivir, en favor de sus habitantes.

*“Lo importante es destacar que un espacio territorial no es ontológicamente turístico, sino que lo es en tanto es objeto de interés turístico” (Castells, 1975).*

### **1.1 Caracterización del Cantón Nabón**

#### **1.1.1 Localización geográfica**

La experiencia turística sistematizada considera al cantón Nabón como un destino turístico favorecido en cuanto a su ubicación geográfica, lo cual facilita su accesibilidad para interiorizarse en sus diferentes atractivos y productos turísticos locales.

Como se entiende el turismo se desarrolla sobre un determinado territorio con características intrínsecas, por lo tanto resulta importante



## **UNIVERSIDAD DE CUENCA**

entender al espacio turístico en relación a su presencia y distribución territorial, lugar en donde se conjugan la variedad de atractivos los mismos que son la materia prima para la mencionada actividad. Es en este sentido que el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Nabón, realizado de conformidad como lo determina la Constitución del Ecuador en sus artículos 262 al 267, a través de los cuales se asignan responsabilidades a los Gobiernos Autónomos Descentralizados para que reafirmen su marco de planificación territorial; así como también el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, COOTAD, se consideran ambas líneas de acción para que todos los territorios definan estrategias territoriales, de uso, ocupación y manejo del suelo.

En función de ello el Cantón Nabón oficializa su estructura político - administrativa dentro de la distribución provincial del Azuay de la siguiente manera:





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

<u>Nabón</u>	Parroquias	% Territorio	Comunas Jurídicas
Norte: Girón y Sigsig Sur: Oña Este: Gualaquiza y 28 de Mayo Oeste: Saraguro, Santa Isabel y Girón	⇒ Nabón Centro ⇒ Cochapata ⇒ Las Nieves ⇒ El Progreso	36,32 % 19,29 % 19,44 % 24,95 %	⇒ Shiña ⇒ Chunazana ⇒ Morasloma ⇒ Puca

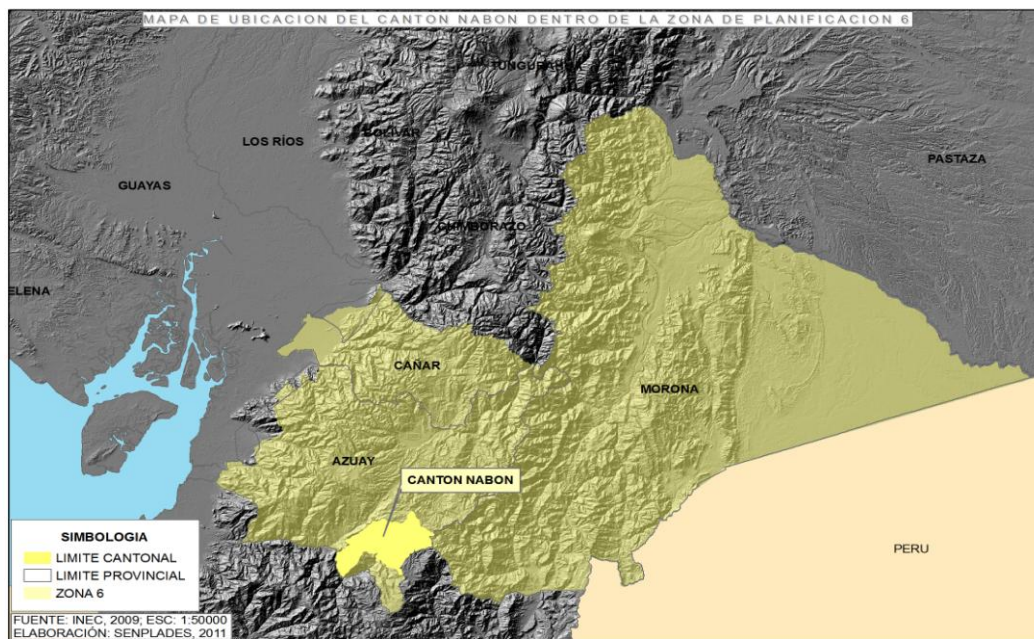
### Cuadro No. 1

Título: Estructura Político – Administrativo del Cantón Nabón.

Autor: Gerardo Alvarracín.

Fuente: PDOT del Cantón Nabón.

Fecha: 1 febrero de 2013



### Ilustración No. 1

Título: Ubicación del Cantón Nabón

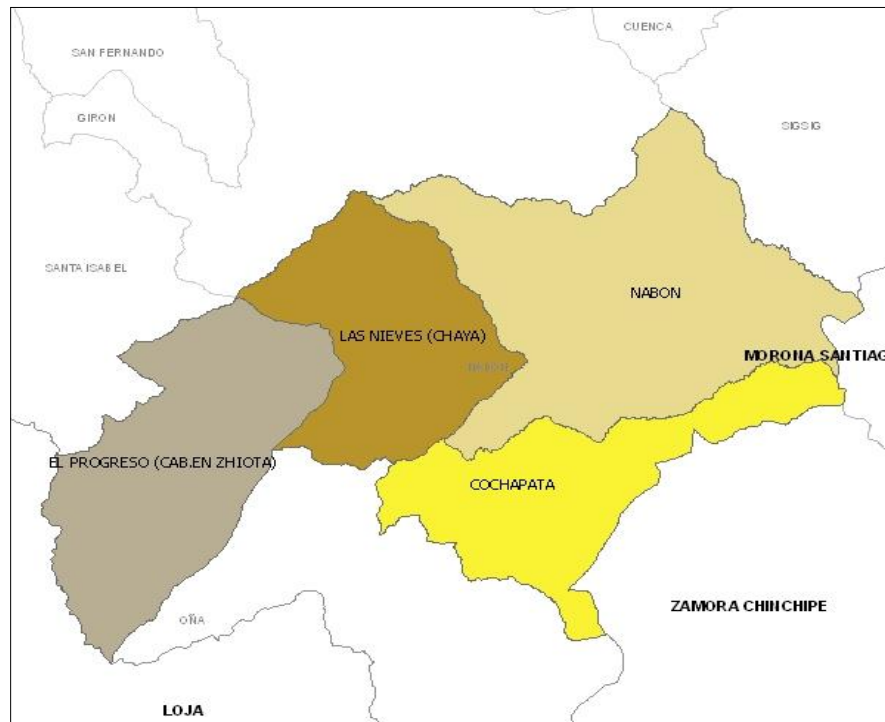
Autor: SENPLADES, 2009.

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC.

Fecha: 20 de mayo de 2012



## UNIVERSIDAD DE CUENCA



### Ilustración No. 2

**Título:** División Política del Cantón Nabón

**Autor:** SENPLADES, 2009.

**Fuente:** Cartografía digital Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC.

**Fecha:** 20 de mayo de 2012

### 1.1.2 Contexto socio cultural

Desde la perspectiva histórica, el Cantón Nabón ha evolucionado en base a las innumerables acepciones y connotaciones, todas ellas derivadas desde la óptica de variados investigadores como Octavio Cordero Palacios el cual asocia la voz Cañari NABUS hacia un estímulo de “creatividad” y “virtud” de la región.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

La alcaldesa de Nabón Lcda. Magali Quezada (Administración 2009 - 2014), manifiesta que *“en Nabón se vive un proceso participativo en base a una política de calidez”* (Herrera, 2009), este proceso se asocia directamente a que la población aún mantiene viva sus tradiciones, legados y herencias culturales con un gran sentido de pertenencia en base a sus prácticas y dominios ancestrales.

Contextualizando:

Nabón es la zona también de más alta población indígena de la provincia. A diferencia del resto de cantones en donde las cholas son símbolo de mestizaje y asimilación cultural, Nabón está claramente diferenciado étnicamente entre las zonas mestizas y las indígenas (Herrera, 2009).

### 1.1.3 Contexto Económico

Uno de los factores condicionantes de las economías locales a nivel de cantones australes dentro de la región 6 de planificación (Cañar, Azuay y Morona Santiago), ha sido la emigración, en función de ello la densidad migratoria a nivel de zonas de planificación la región indicada es quien posee el mayor porcentaje en un orden del 4,09 % del total nacional, en tal sentido el Cantón Nabón se encuentra considerado según el censo de Población y Vivienda del 2010, realizado por el INEC como uno de los veinte cantones con mayor porcentaje de emigración ocupando el puesto 17, con una población comprendida de 15892 habitantes, de donde 716 personas componen una densidad migratoria del 4,51 % en la cual una gran parte de la pirámide poblacional comprendida entre edades de 21 a 30 años han salido fuera de sus comunidades en pos de mejorar su economía familiar hacia países como España y Estados Unidos.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Adicionalmente y con el devenir de factores exógenos como la fragilidad del sistema económico de los países destino y modelos de aculturación y transculturización, ha dado lugar a que este fenómeno se frene considerablemente, más sin embargo no se ha detenido por completo; por lo tanto esta reacción ha permitido en parte la reactivación de la economía endémica local a través de la realización de actividades propias como la Agricultura, Ganadería, Artesanías, Turismo, Forestal, Minería y Trabajo, tal como lo establece el instrumento de ordenación y planificación del cantón.

Para conocer más de cerca su estructura poblacional se cita “la matriz poblacional redistribuida en función de sus habitantes y sus variables económicas en función del tipo de población”.

CENSO	PT	PET	%	PEA	%	PEI	%
1990	14606	9049	62%	----		----	
2001	15121	10028	66%	5448	54%	4580	46%
2010	15892	11287	71%	6188	55%	5099	45%

### Cuadro No. 2

**Título: Población Total, Población en Edad de Trabajar, Población Económicamente Activa, Población Económicamente Inactiva del Cantón Nabón.**

**Autor: PYDLOS.**

**Fuente: PDOT del Cantón Nabón.**

**Fecha: 8 febrero de 2013**

Respaldando lo mencionado anteriormente en cuanto a lo que distribución de actividades se refiere se establece “la matriz económica del cantón en función de porcentaje atribuido a cada sector que compone la economía del territorio”.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

ACTIVIDAD	CENSO					
	1990		2001		2010	
	PO	%	PO	%	PO	%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	4806	84%	3813	70%	3565	58%
Explotación de minas y canteras	40	1%	17	0%	32	1%
Industrias manufactureras	242	4%	172	3%	218	4%
Construcción	112	2%	472	9%	837	14%
Comercio al por mayor y menor	162	3%	173	3%	312	5%
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	9	0%	34	1%	80	1%
Transporte y almacenamiento y comunicaciones	27	0%	65	1%	130	2%
Actividades de los hogares como empleadores	76	1%	110	2%	245	4%
Administración pública y defensa	62	1%	86	2%	156	3%
No declarado	49	1%	167	3%	227	4%
otras actividades	142	2%	331	6%	331	5%
<b>TOTAL</b>	<b>5727</b>	<b>100%</b>	<b>5440</b>	<b>100%</b>	<b>6133</b>	<b>100%</b>

### Cuadro No. 3

Título: Población ocupada por rama de actividad del cantón Nabón.

Autor: PYDLOS.

Fuente: PDOT del Cantón Nabón.

Fecha: 8 febrero de 2013

Como acotación a la matriz de población ocupada por rama de actividad, es necesario indicar que al ser el turismo una de las actividades económicas que se encuentra generando iniciativas locales dentro del cantón, esta se encuentra en proceso de consolidación formal y legal, ya que si bien el Cantón Nabón posee una gran variedad de recursos tangibles e intangibles que pueden resultar atractivos para consolidar la oferta turística, es necesario también contar con grupos asociativos sólidos, emprendimientos turísticos rentables y un modelo de gestión que coadyuven a consolidar esta nascente actividad para posicionar al cantón dentro de la vitrina turística local, nacional e internacional.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

En la actualidad a más de los diversos atractivos con los que cuenta el cantón, existen **4 experiencias** de turismo de tipo “comunitaria en zonas rurales” plenamente identificadas como son:

**La Asociación de Turismo “El Colibrí de Nabón”** (Parroquia el Progreso, Comunidad de Cochaseca). Esta experiencia de Turismo Rural<sup>2</sup> o de tipo comunitario como se la denomina, nace como respuesta en el marco del proyecto: *“Generación de Alternativas Económicas para las y los jóvenes del cantón Nabón, mediante el impulso del turismo y la cultura”*, proyecto apoyado por la Unión Europea y ejecutado por la Fundación Waaponi, El Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Nabón y la Corporación Incubadora de Empresas del Austro, INNPULSAR. Cuyo desarrollo se lo efectuó entre diciembre de 2009 hasta diciembre de 2011. Esta experiencia turística comunitaria la componen en la actualidad 17 personas entre las que se cuentan socias y socios de las comunidades cercanas de la Paz, Trigapamba, El Molino y Rambran.

Sintetizando el enfoque del proyecto en el marco de iniciación, sostuvo que:

“El eje económico del Plan Cantonal de Desarrollo de Nabón busca alternativas económicas laborales para los jóvenes. Respondiendo a ello el Municipio, Fundación Waaponi e INNPULSAR, juntan sus capacidades y fortalezas para desarrollar iniciativas productivas aprovechando para el turismo el potencial natural y cultural del cantón. Sus sitios arqueológicos, históricos, construcción arquitectónica, paisaje natural, biodiversidad, festividades, ritos y ceremonias, danzas, música, teatro, gastronomía, artesanía, medicina tradicional, juegos

populares entre otros, son poco conocidos y difundidos. Es importante que sus habitantes los valoren, disfruten, desarrollen y difundan. Para

---

<sup>2</sup> **Turismo Rural.**- Conjunto de actividades recreativas, de alojamiento y/o de servicios afines a los mismos que se desarrollan en el medio rural, aprovechando y disfrutando del ambiente y de los valores naturales y culturales, establecido como complemento económico de una estructura social y/o productiva preexistente (Román – Ciccolella, 104).



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

ello es necesario fortalecer sus capacidades locales, dinamizando su economía y diversificando las opciones de desarrollo económico [...] El proceso de cambio para que los jóvenes del cantón Nabón salgan de la pobreza requiere un cambio de actitud y valoración de sí mismos, capacidad e iniciativa para desarrollar sus potencialidades individuales, familiares y colectivas. Estos grupos ahora pobres, mediante la acción organizada pueden aprovechar con eficiencia su capital social, saberes, biodiversidad natural, y diversidad histórico-cultural. La revalorización de estos recursos orientándolos al turismo y desarrollando destrezas con capacitación, incrementan y dinamizan el capital social del cantón, jóvenes sobre todo, volviéndolos actores de sus propias vidas y del desarrollo local [...] El proyecto tiene como objetivo primordial Contribuir al desarrollo armónico y sostenible del cantón Nabón, a través del rescate cultural, la promoción turística y el fomento de las capacidades juveniles (Amón, 2008).

Las características fundamentales que hacen de este asentamiento un lugar diferente se debe a la distribución espacial aleatoria de su componente habitacional, no obstante a nivel de la parroquia El progreso se cuenta con un elevado porcentaje de formaciones vegetales endémicas (matorral seco montano o también conocido como chaparro), suelos productivos y una diversidad de microclimas y de paisajes únicos que favorecen al conjunto de atractivos a fin de ser valorados turísticamente (Ver ilustración No. 3 y No. 4).





UNIVERSIDAD DE CUENCA



**Ilustración No. 3**  
**Título: Producción de fresas (Cochaseca).**  
**Autor: Gerardo Alvarracín**  
**Fuente: Propia**  
**Fecha: 20 mayo de 2012**



**Ilustración No. 4**  
**Título: Laguna Negra (Cochaseca).**  
**Autor: Gerardo Alvarracín.**  
**Fuente: Propia.**  
**Fecha: 20 mayo de 2012**

**La Asociación de Turismo “Kuychi Wasi” (Centro Cantonal).** Una segunda experiencia de tipo turístico comunitario desarrollado en zonas





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

rurales<sup>3</sup>, la compone la “Casa del Arcoíris”, la cual también es origen del proceso de formación y capacitación en mención. Esta organización de jóvenes se articula con la participación de integrantes de varias comunidades como: Chunazana, Shiña, Rañas y Cochapata.



**Ilustración No. 5**

**Título:** Imagen de la Virgen del Rosario, Patrona del Cantón (Nabón Centro).

**Autor:** Gerardo Alvarracín.

**Fuente:** Propia.

**Fecha:** 20 mayo de 2012

**La Asociación de Turismo Comunitario “Ucumari - Yarigsagua” (El Progreso)**, establecida en mayo de 2011 según el Plan de Negocios de la asociación, constituye un modelo de turismo vivencial y alternativo

<sup>3</sup> El Turismo rural llevado a cabo en zonas rurales se caracteriza por la AUTENTICIDAD, en la medida que se pierde la misma el producto tiende a desvalorizarse. Naturalmente la autenticidad esté reñida en éste caso con la MASIVIDAD. Es un turismo:

- De iniciativa local
- De gestión local
- Con efectos locales
- Marcado por paisajes locales
- Que valoriza la cultura local (Barrera, 7).



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

enmarcado en la revitalización cultural, gestión del territorio, fortalecimiento organizativo y fomento de la economía solidaria. Ucumari lo conforman un grupo asociativo de 9 familias quienes aportan al desarrollo de la actividad generando modelos de conservación y producción local como parte de su atractivo turístico local.



**Ilustración No. 6**  
**Título:** Producción agrícola (Ucumari).  
**Autor:** Tania Aguirre.  
**Fuente:** Propia.  
**Fecha:** 22 de febrero de 2013



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

**La Asociación de Artesanas del Cantón Nabón (Centro Cantonal)** lo conforman un grupo de mujeres apoyadas por el gobierno local, las cuales han visto conveniente mostrar al público en general su producción artesanal “agroecológica”, como ellas mismo lo denominan a los diferentes tipos de tejidos en tallo de trigo (cereal de mayor producción del cantón), artesanías en madera y tejidos varios. Este grupo lo conforman 9 mujeres quienes desde sus hogares que se encuentran en la periferia del centro cantonal ha creado un circuito turístico, al cual el turista puede acceder a visitar y maravillarse de la producción artesanal del cantón. Su presidenta es la Sra. Blanca Coraisa.



### Ilustración No. 7

**Título:** Venta de Artesanías en Tallo de Trigo.

**Autor:** Gerardo Alvarracín.

**Fuente:** Propia.

**Fecha:** 27 de noviembre de 2012



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Por otra parte la creación de modelos de producción (Unidades Agrícolas de Producción Familiar, UAPF's), formas de comercialización (Asociaciones de Productores de Fresas, Productores Agroecológicos, Productores de Tequila, etc.) y procesos de participación ciudadana (Mesa de Desarrollo Económico), desarrollo de una Imagen Corporativa (Nabón Productos Limpios), han sido pilares fundamentales para normar políticas locales que promuevan un normal y correcto desenvolvimiento de la actividad económica a favor de sus habitantes y revitalicen el tejido turístico.



### **Ilustración No. 8**

**Título:** Panorámica del Valle (Vista hacia la Cuenca baja del Río Jubones).

**Autor:** Fabián Quito.

**Fuente:** Propia.

**Fecha:** 20 mayo de 2012

## **1.2 Desarrollo, planificación y Buen Vivir**

La Agenda Zonal de la región 6 para el Buen Vivir<sup>4</sup>, como elemento articulador de los lineamientos que proponen los objetivos del Plan Nacional para el Buen Vivir, PNBV, por medio de la Estrategia Territorial Nacional,

---

<sup>4</sup> Publicación elaborada en el marco de la colaboración entre la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo y el Programa ART/PNUD, que cuenta con el apoyo de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), el Gobierno Vasco y la Generalitat Valenciana.





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

ETN, sustenta en gran medida el aperturar de manera concreta y estructurada un modelo territorial en el cual se consolide un “proyecto de vida” para todos y cada uno de las y los ciudadanos con el fin de desarrollar y poner en evidencia las potencialidades, habilidades y destrezas de cada uno de los sectores a favor de mejorar el tejido social y económico concreto de los actores de la mano con una relación armónica con la naturaleza.

En este marco de investigación resulta importante destacar el rol que cumple actualmente el estado dentro de cada uno de los sectores e industrias priorizadas, en el marco de la transformación de la Matriz Productiva, basándose en la calificación del conocimiento y del talento humano, en donde el turismo se sitúa dentro de las catorce industrias a fortalecerse. Es por ello que se analizará la propuesta de la Agenda Zonal de la Región 6 como una “hoja de ruta”, en la cual primero se re direccionan competencias hacia los llamados Gobiernos Autónomos Descentralizados (provinciales, municipales y parroquiales), y por otra parte se coordinan acciones para liderar un nuevo modelo económico, dejando de lado los modelos tradicionalistas de acumulación.

A este nuevo formato económico sectorial se lo denomina “Economía Endógena Sostenible para el año 2030”, y considerando la línea de investigación planteada se define una primera fase que concuerda con la estrategia territorial nacional y se la reconoce como **Fase de Transición en la Acumulación**, en la cual se define que:

Continúa la dependencia de los bienes primarios para sostener la economía, en tanto que la redistribución de la riqueza es el centro del cambio. Se impulsará la sustitución selectiva de importaciones, el sector turístico y la inversión pública estratégica que fomente la productividad sistémica [...] (Agenda Zonal para el Buen Vivir, 2010).

Y dentro del mismo contexto afirma que:



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

“Los motores de generación de riqueza entre otros son la creación de condiciones adecuadas para el ecoturismo comunitario” (Agenda Zonal para el Buen Vivir, 2010).

Consecuentemente a esta fase descrita se le articulan un grupo de estrategias, las cuales asociadas al rol de planificación y ejes de acción estatal en favor del desarrollo de la población determina entre otras un margen de “sostenibilidad, conservación conocimiento del patrimonio cultural y fomento del turismo comunitario” (Agenda Zonal para el Buen Vivir, 2010).

Domingo Gómez Orea vector principal del modelo de planificación territorial para el Ecuador manifiesta que: *“el sector del turismo es un sector particularmente sensible a la degradación ambiental y sus efectos se los perciben a muy corto plazo”* (Gómez Orea, 2008).

Es en este sentido que el proceso de planificación sectorial deriva sus campos de acción hacia dos escenarios de total interés como son el “Buen Vivir” y el “Territorio”, con el propósito de valorar la diversidad natural, formas, costumbres, modos de vida, el paisaje, etc. de los diferentes espacios geográficos existentes en el país, tanto como para mantener relaciones equitativas a nivel territorial.

Para indagar un poco más sobre la corriente y dinámica del Buen Vivir en función de lo establecido en el marco de la planificación territorial, es necesario conocer algunos postulados y conceptualizaciones que ayuden a converger en un sentido más amplio lo que busca y se intenta plasmar a través del llamado “Sumak Kawsay”<sup>5</sup>.

“se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir” (José M. Tortosa, 2009).

---

<sup>5</sup> En Kichwa: sumak kawsay, en aymara: suma qmaña, en guaraní: ñandareko.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

El sociólogo portugués Boaventura de Souza, por su parte considera que para entender de lo que se trata el Sumak kawsay, “hay que desaprender, lo cual implica retomar el pasado para construir un futuro respetuoso de la diversidad”.

De Souza concibe que el buen Vivir de la siguiente manera:

“Es una ecología de saberes, saber ancestral con el saber moderno, eurocéntrico, progresista. Por qué? Lenguaje de derecho y lenguaje de Pachamama. En la cosmovisión indígena no hay ese concepto de derecho, hay el concepto más de deber y no tanto el concepto de derecho. Derecho de la Pachamama es una mezcla maravillosa entre pensamiento eurocéntrico y pensamiento ancestral y esta es la riqueza que no debemos desperdiciar” (De Souza, 2010).

Por su parte el artículo 275 de la Constitución de la República del Ecuador sostiene lo siguiente:

“El Buen Vivir requerirá que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades gocen efectivamente de sus derechos, y ejerzan responsabilidades en el marco de la interculturalidad, del respeto a sus diversidades, y de la convivencia armónica con la naturaleza” (Constitución del Ecuador, 2008).

En palabras del Secretario Ejecutivo del Centro Latino Americano de Ecología Social, Eduardo Gudynas, el Buen Vivir es:

Un concepto en construcción. Se trata de una idea que emerge desde el mundo andino e incluso amazónico [...] responde a viejos problemas como remontar la pobreza o conquistar la igualdad, junto a otros nuevos como la pérdida de la biodiversidad o el cambio climático global



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

(Gudynas, 2008).

Una vez conceptualizado el Buen Vivir tomado desde la óptica de varios autores, resulta necesario incorporar nociones sobre el "Territorio", en función de su vinculación directa al desarrollo del turismo y en cuanto a la estructura de planificación y zonificación estatal.

En primera instancia y para indagar sobre la especialización turística en base a los territorios, se citan dos enunciados que nos ayudan a conocer más sobre la dinámica estructural de la mencionada actividad:

La incorporación del territorio al imaginario turístico colectivo se realiza a través de la conversión de sus recursos en productos<sup>6</sup>, de la creación de atracciones y servicios específicamente turísticos, y de su promoción y comercialización. La forma que adopta el espacio turístico y en definitiva su implantación territorial, es el resultado de la interacción entre todos los agentes que intervienen en su producción es decir, de las relaciones que se establecen entre los propietarios de suelo, los promotores urbanos, los empresarios turísticos, los consumidores directos, los intermediarios del consumo y los agentes públicos de los diferentes niveles de la administración (Vera, 1997).

Por otra parte, Castells (1975) en su visión territorial del sistema turístico sostiene que:

"lo turístico hace referencia a los procesos por los que se transforman unos entornos territoriales con la finalidad fundamental de producir, vender y consumir servicios y bienes que producen placer a sus visitantes, ya sean turistas, excursionistas o residentes temporales" (Vera, 1997).

Acudiendo, por otra parte a una visión geográfica se cita a Claude Raffestin, geógrafo suizo, quien desde la perspectiva de comprensión de los fenómenos de territorialización del espacio define al territorio como:

---

<sup>6</sup> El **producto turístico** está formado por los mismos bienes y servicios que forman parte de la oferta (Bullón, 1990).





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

“un espacio sometido a la acción humana [...] es un reordenamiento del espacio, cuyo orden se busca en los sistemas informáticos de los cuales dispone el hombre para formar parte de una cultura” (Raffestin, 1986).

Para consolidar el esquema conceptual respecto del territorio, la SENPLADES, acude al perfil teórico de Coraggio, quien describe al territorio como:

El “depositario de la historia económica, política, social de un país, siendo la expresión espacial de la forma de acumulación y redistribución de la riqueza, es el territorio donde se concretan y asimilan las diferentes políticas, tanto públicas como privadas”. Los territorios son el resultado de una construcción social, resultante de la interacción y concertación entre actores, en donde se establece la concreción real de la cultura en interacción con la naturaleza. Dicho de otra manera, los procesos socio- naturales se proyectan en ámbitos territoriales generando una serie de relaciones dinámicas complejas que dan origen a un proyecto de vida compartido (Coraggio, 2009:13).

Una vez consolidado la etapa de conceptualización planteada, resulta interesante el analizar la funcionalidad del territorio y su concordancia hacia la propuesta del Plan para el Buen Vivir. En este sentido el estado desde su posición social busca generar un ecosistema endógeno en donde temas como conservación, satisfacción de necesidades, distribución de riqueza y eficiencia en el uso de recursos, etc. sean acoplados a un patrón de acción estatal que fomente el desarrollo a favor de la población.

Esta convergencia de criterios nos conduce a repensar y abrir un debate sobre la importancia que poseen los territorios y su relación directa con el Buen Vivir, es decir no sesgar al territorio únicamente hacia lo físico y al Sumak Kawsay como un modelo direccionado hacia el bienestar personal.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Coraggio manifiesta en este sentido lo siguiente:

“los procesos socio – naturales se proyectan en ámbitos territoriales y forman parte de una serie de relaciones dinámicas y complejas” (Coraggio, 2009:13).

Este modelo propuesto desde la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, SENPLADES a nivel de proyección regional por medio de las llamadas regiones estructuradas, pretende de manera directa también ser un instrumento para planificar, coordinar y poner en marcha un Turismo Consciente<sup>7</sup> a nivel nacional pero basado netamente en los valores del territorio.



**Ilustración No. 9**

**Título: Logotipo Turismo Consciente.**

**Autor: Ministerio de Turismo, MINTUR.**

**Fuente: [www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec)**

**Fecha: 15 abril de 2012**

Para tal sentido el Ministerio de Turismo del Ecuador, MINTUR, desde el año 2011 busca fraguar una reflexión sobre desarrollar una nueva tipología de turismo la cual dirija de manera general a constituirnos como mejores anfitriones, así como también a ser mejores turistas, manejando

---

<sup>7</sup> Proceso de reflexión y conceptualización realizado con la participación de autoridades de turismo, organismos internacionales, medios de comunicación, académicos y expertos en turismo.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

principios de ética, crecimiento personal, respeto, convivencia y comunión, entre todas y todos.

Pero no fue sino hasta septiembre de 2012 en medio del marco de la 54ava. Reunión de la Comisión de la organización Mundial de Turismo para las Américas (CAM - OMT), el II Congreso Internacional de Ética y Turismo (OMT) y el XX Congreso Interamericano de Ministros y Altas Autoridades (OEA), llevadas a cabo en la ciudad de Quito, en donde autoridades del ramo y demás representantes invitados al evento, en donde se debatió sobre la importancia de volver realidad la propuesta de que el Ecuador realice turismo, pero de una manera “consciente”, es decir crear un modelo innovador dentro de la “industria sin chimenea” y adherido plenamente al Plan Nacional del Buen Vivir, en donde se junten en tanto nuevos paradigmas como la sustentabilidad y la ética, y en cuanto se revaloricen criterios de paz, amistad, respeto y por sobre todo el amor a la vida.

De esta importante y naciente iniciativa se da origen a la declaración denominada “Consensos de Quito sobre Turismo Consciente en las Américas”, que busca de manera primordial la integración de los pueblos y la promoción y difusión del turismo internacional, local e intrarregional.

Por lo tanto, tratando de conceptualizar este nuevo modelo instaurado dentro del país, bajo la línea de investigación planteada en el presente proceso, el Turismo Consciente se definiría como:

"Una experiencia transformadora, que aspira a hacernos mejores seres humanos, promover el desarrollo integral de la actividad del turismo y la práctica del" Buen Vivir "[la convivencia armónica entre las personas y el medio ambiente] (MINTUR, 2011).

En palabras de Freddy Ehlers, en calidad de ex Ministro de Turismo y actual Secretario de la Iniciativa Presidencial para Construcción de la Sociedad del Buen Vivir, destaca:



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

“la importancia del factor humano como eje del Turismo Consciente [...] el desarrollo es más bien un tema interno del ser humano” (Ehllers, 2012).

De esta manera el Ministerio de Turismo bajo su sistema de gestión pública promueve y es responsable de la Planificación Turística Nacional, establece normas, regula las distintas tipologías de turismo, genera iniciativas de desarrollo y se encarga de la promoción y difusión de la denominada “marca país” en todos los espacios nacionales e internacionales como una estrategia de marketing y mercadeo de los cuatro mundos con los que cuenta el Ecuador.



**Ilustración No. 10**  
**Título:** Logotipo Marca País.  
**Autor:** MINTUR.  
**Fuente:** [www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec)  
**Fecha:** 15 abril de 2012



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 1.3 Plan Estratégico de Turismo del Cantón Nabón y su incidencia dentro del desarrollo local

El modelo de gestión pública propuesto por el Gobierno Local del Cantón Nabón desde el año 1999 tras la elaboración y aprobación del Plan Estratégico de Desarrollo Cantonal, ha dinamizado la corriente participativa de la población y ha constituido una guía para dinamizar del aparato burocrático.

Elementos como la transparencia, la participación, el desarrollo institucional, la capacitación técnica, la recuperación productiva, son solo algunos de los lineamientos para alcanzar el modelo denominado de “Gestión Participativa”.

En este escenario lo indígena elimina la brecha social hasta fraguar acuerdos con los mestizos, mientras tanto todas y todos pueden proponer acciones y acuerdos que los benefician en función de alcanzar una mejor vida.

La política local basada en principios de participación y de calidez se la entiende de la siguiente manera:

“ha significado el cambio de actitudes y mentalidades por parte de los técnicos y empleados del municipio hacia la población, y el cambio de actitudes y mentalidad de la población hacia el municipio” (Quezada, 2005).

En este sentido el trabajo consultivo realizado para determinar valor a uno de los sectores importantes de la economía y del desarrollo local como es el **turismo**<sup>8</sup>, da como resultado la puesta en valor y caracterización de los innumerables recursos turísticos (naturales, arquitectónicos, históricos, etc.)

---

<sup>8</sup> La Organización Mundial de Turismo define al turismo como el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

del cantón Nabón dentro de lo que se conoce como estructura del espacio turístico, componente al cual se le asignan variables de medición en función de un diagnóstico profesional para valorar el territorio con la finalidad de planificar la implementación de espacios de ocio y recreación, los mismos que proporcionen al cantón y a sus actores directos la posibilidad de dinamizar su estructura de oferta al turista y visitante, a través de sus áreas de planificación y gestión pública.

El Ministerio de Turismo, MINTUR, como órgano rector a través de sus secretarías regionales ha impulsado procesos de formación en “Desarrollo local y competitividad del sector turístico”, el mismo que tiene como finalidad hacer conocer las capacidades institucionales de los Gobiernos Autónomos Descentralizados por medio del Código Orgánico de Ordenamiento Territorial y Autonomía Descentralizada COOTAD, en cuanto al manejo y planificación de la actividad turística.

En este nuevo orden de Gobierno Autónomo Municipal de Nabón, como órgano descentralizado bajo su dimensión de gestión pública se le incorpora la responsabilidad de oficial, controlar y administrar la actividad turística dentro de su territorio como una competencia novedosa y prometedora dentro del desarrollo local apegado a lo que determina el COOTAD en su artículo 54 literal “g”, en el cual se describe textualmente lo siguiente:

“es función de los Gobiernos Autónomos Descentralizados cantonales, regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo” (COOTAD, 2010).

---

entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, negocios u otros motivos.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Para fortalecer el tejido de gestión y ordenamiento del territorio en función del manejo y operatividad de la actividad turística, el 14 de diciembre de 2010 en el marco del taller denominado de Participación Ciudadana, se conforma la “Mesa de Turismo de Nabón”<sup>9</sup>, con la participación de delegaciones de los Ministerios de Turismo, Ambiente, Producción, Cultura, Prefectura del Azuay, entidades del sector turístico, Universidades, Representantes de Comunidades del cantón plenamente representados por la alcaldesa de Nabón, sus comunidades y cabildos.

El proceso de estudio, consolidación y propuesta del Plan Estratégico de Turismo del cantón Nabón se lo elaboró en el marco del desarrollo del Proyecto: “Generación de Alternativas Económicas para las y los Jóvenes del Cantón Nabón, a través del turismo y la cultura”<sup>10</sup>, como un elemento prioritario para definir líneas de inversión y planificación turística a nivel cantonal.

---

<sup>9</sup> La Mesa de Turismo, es un espacio de concertación, coordinación, planificación, articulación y evaluación de las organizaciones con las instituciones que de una u otra forma promueven el turismo en el territorio cantonal.

Su objetivo es propiciar una nueva relación de cooperación entre el Estado y las instituciones públicas y privadas y las organizaciones del cantón.

<sup>10</sup> Proyecto financiado por la Unión Europea y gestionado por la Fundación Waaponi, Gobierno Autónomo Municipal de Nabón, la Corporación Incubadora de Empresas del Austro – INNPULSAR. El proyecto mantuvo una duración de dos años desde diciembre de 2009 hasta diciembre de 2011.

El proyecto se orientó a 200 jóvenes, hombres y mujeres, de las 8 comunidades del cantón donde se encuentran los potenciales recursos turísticos y culturales. Otro grupo objetivo fue la población relacionada con los servicios turísticos y culturales que se generen, siendo un 1% del total de la población.

Este proyecto contribuyó al desarrollo armónico y sostenible del cantón Nabón, a través del rescate cultural, la promoción turística y el fomento de las capacidades juveniles.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

La entidad consultora encargada de generar este instrumento fue la Red de Turismo del Austro Pakariñan<sup>11</sup>, dicho documento se lo socializó en el marco del desarrollo del referido proyecto.

En torno a la planificación estructurada, el plan a través de la metodología para el diagnóstico y propuesta, estableció un esquema que recogió ciertos condicionantes previos que se deben tomar en cuenta ya que en temas de planificación se los puede comprender de la siguiente manera:

Los desarrollos planificados pueden asegurar de manera más efectiva la inserción armónica de la instalación turística en el medio local desde el punto de vista paisajístico, urbanístico, ambiental, económico, profesional y cultural [...] es necesario reconocer que, a menudo, los sistemas de planificación han sido improvisados y fragmentarios (Vera, 1997).

Para ello el Plan Estratégico de Turismo del cantón Nabón, basa su accionar de la siguiente forma para el proceso de presentación de resultados.

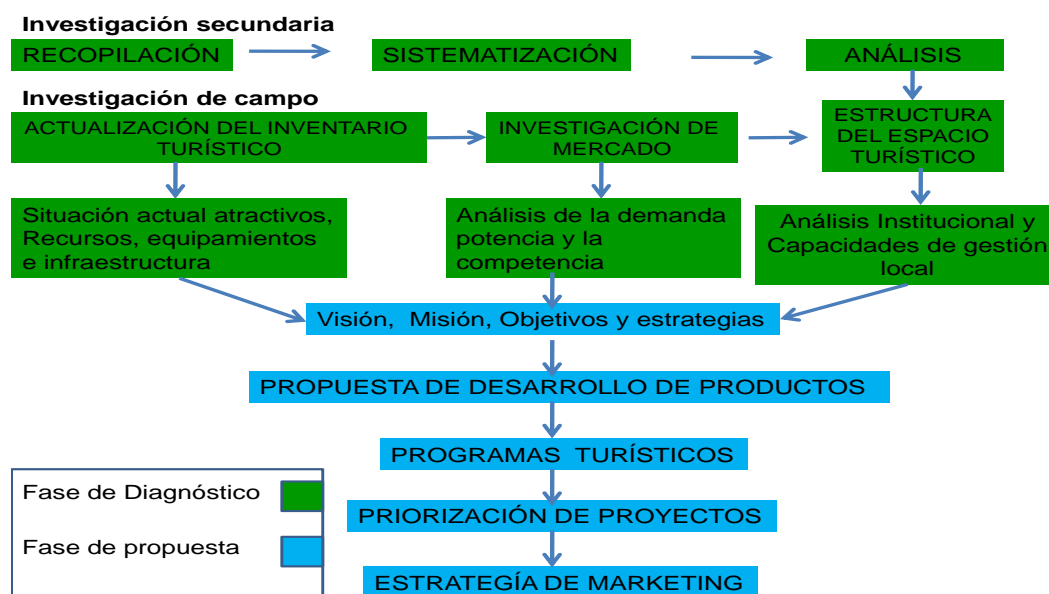
---

<sup>11</sup> La Red de Turismo Comunitario del Austro, Pakariñan, toma su nombre de la lengua Kañari – Kichwa, que significa “Camino del Amanecer”; adquiere su personería jurídica mediante acuerdo No. 06 – 031 expedido por el actual Ministerio de Industrias y Productividad, MIPRO, el 8 de Marzo de 2006.





## UNIVERSIDAD DE CUENCA



**Cuadro No. 4**

**Título:** Metodología para el Diagnóstico y Propuesta del Plan de Turismo.

**Autor:** Red de Turismo del Austro, Pakariñan.

**Fuente:** Plan Estratégico de Turismo del Cantón Nabón.

**Fecha:** 10 de Mayo de 2011

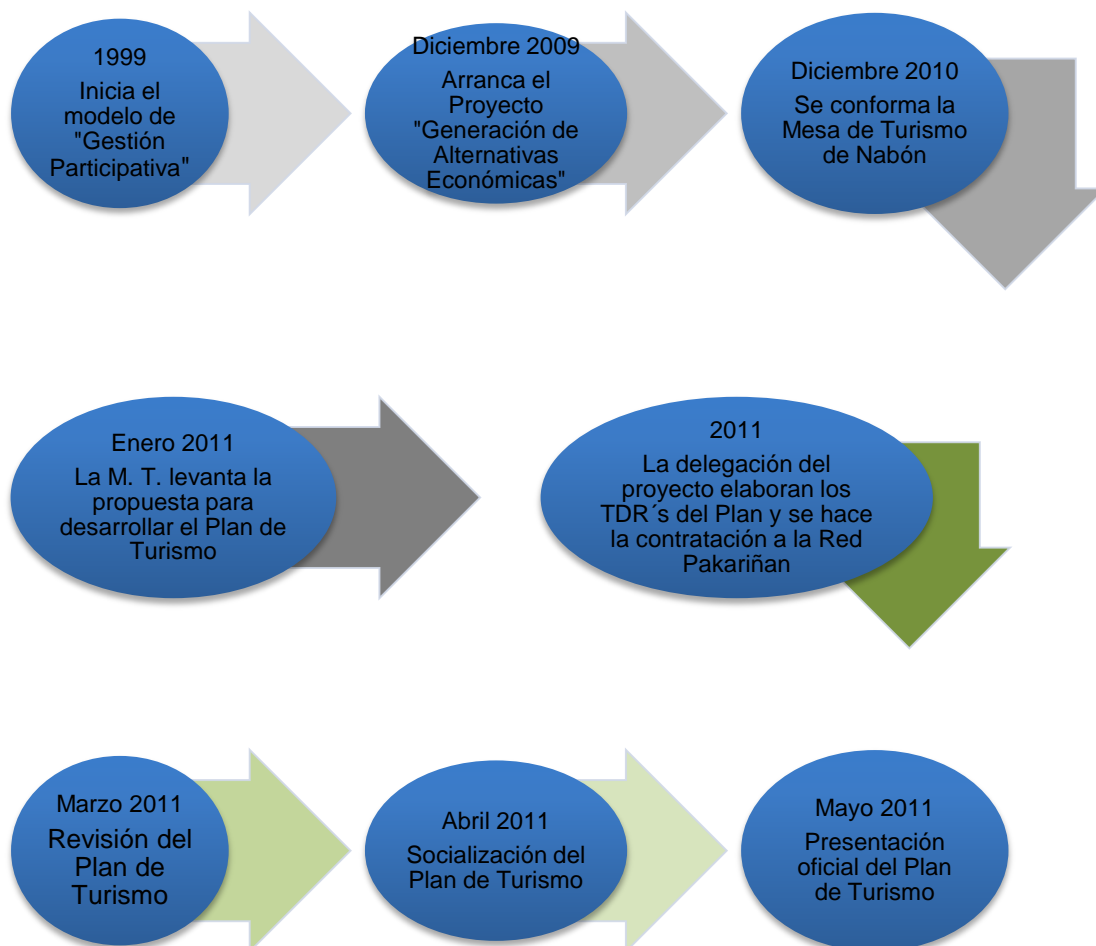
### 1.3.1 Cronología de la Instauración del Plan Estratégico de Turismo del Cantón Nabón.

Como todo proceso de desarrollo se halla sujeto a determinaciones, modelos y metodologías; es importante destacar que para el presente proceso investigativo el origen del instrumento de planificación turística denominado “Plan Estratégico de Turismo”, ha sido proyectado desde varias instancias y apoyado por varios entes, los cuales técnicamente han propuesto la realización del presente trabajo consultivo con el fin de que el cantón Nabón se proyecte hacia el turismo en función de las tipologías de turismo adecuadas, considerando aspectos de sostenibilidad y generando redes que respalden la oferta turística propuesta al mercado.

En el siguiente cuadro se esquematiza el proceso de conformación y consolidación del Plan de Turismo del Cantón Nabón:



## UNIVERSIDAD DE CUENCA



### Cuadro No. 5

Título: Cronología de la Instauración del Plan Estratégico de Turismo del Cantón Nabón.

Autor: Gerardo Alvarracín.

Fuente: Plan Estratégico de Turismo del Cantón Nabón.

Fecha: 15 de Abril de 2013



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Actualmente la Mesa de Turismo se articula gracias al aporte técnico directo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Nabón, el cual través del Departamento de Gestión Social y sus técnicos planifican, coordinan y delimitan acciones a favor del tejido turístico del cantón, apegándose estrictamente a lo que se determina en el Plan Estratégico de Turismo, sobre todo en lo que concierne a la tipología de turismo comunitario y de hacienda, un nuevo modelo que se encuentra naciente en el territorio.

La Mesa de turismo compone parte del sistema de gobernanza denominado modelo de “Gestión Participativa”, instaurado por el gobierno local para receptar directamente de la población planes, programas y proyectos y apoyarlos de manera directa en la consecución de sus metas y objetivos, a través de mesas temáticas de trabajo, de allí el calificativo de “mesas”.

El modelo de Gestión Participativa es fruto de una propuesta de desarrollo integral que nace en el año 2000 al interior del cabildo central, y tiene como finalidad fortalecer los procesos de gobernabilidad democrática, el mismo que cuenta con la activa participación social y se sujeta a los diferentes sistemas de planificación cantonal, abarca el tratamiento de las diferentes competencias municipales, se crea un fortalecimiento institucional y se ejecutan diferentes líneas de acción en favor de la población nabonense en cada uno de los sectores productivos y sociales.

Este espacio de concertación entre actores públicos y privados deriva elementos de planificación, propuestas y consecución de acciones; sesiona bimensualmente en las instalaciones del GAD Municipal para abordar temas en materia turística, nivelar propuestas, evaluar y encaminar nuevos proyectos.



#### **1.4 Caracterización de los emprendimientos turísticos del Cantón Nabón**

Considerando el objetivo de la investigación, resulta importante destacar uno de los modelos sostenidos dentro del desarrollo local y que se asocia directamente a la generación de iniciativas económicas locales apoyado desde la estructura social y su contexto cultural y productivo.

El modelo de Desarrollo y Cooperación Internacional Europeo visto como un formato de apoyo hacia sectores en donde el nivel de exigibilidad para la satisfacción de necesidades básicas es imperante (caso de estudio), ha sido uno de los pilares de gestión implementados para la cristalización de oportunidades desde lo local y que hoy en día se traducen en opciones micro empresariales de importancia dentro del territorio desarrollado.

Para ello los ejes y mecanismos de la Cooperación Española han jugado un papel muy importante desde la consolidación y promulgación de la Ley de Cooperación Internacional de España<sup>12</sup>, desde la cual Unión Europea, UE, se convierte en un órgano ejecutivo ante el decreto real, y un organismo de gestión a la ayuda al desarrollo ante el mundo en más de 28 países. De esta manera se garantiza entre otras cosas el fortalecimiento de políticas en temas de comercio, ambiente, diálogo político, mejora de la calidad de los productos turísticos, desarrollo rural y ambiental sostenible, entre otras responsabilidades que se enmarquen en su rango de apoyo y cooperación. La Unión Europea proporciona ayuda al Ecuador desde hace ya 30 años y desde entonces trabaja en torno a sus mecanismos de cooperación con el fin de combatir la pobreza, mejorar la cohesión social y apoyar el desarrollo económico.

---

<sup>12</sup> Ley 23/1998, del 7 de Julio, establecida a través del Boletín Oficial del Estado No. 162 del 8 de julio, por Juan Carlos I – Rey de España.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA



Tomando como referencia el texto denominado: “Documento de estrategia país 2007 - 2013”, elaborado por la Comunidad Europea, CE, en el mismo se sostiene que:

Ecuador no cuenta con una estrategia integral de lucha contra la pobreza en la cual podrían basarse las futuras relaciones de la CE con el país. [...] Los principales retos a los que debe enfrentarse el país en materia de desarrollo se refieren a la gobernabilidad, la cohesión social, la competitividad económica, la seguridad de los ciudadanos y la migración. En este contexto, la CE decidió conceder prioridad a los siguientes ámbitos estratégicos de intervención:

1. contribuir al aumento de los gastos sociales del estado para mejorar el acceso de las comunidades marginadas y desfavorecidas a los servicios sociales;
2. crear perspectivas económicas sostenibles y promover la integración regional apoyando a las microempresas y pequeñas y medianas empresas competitivas (Comisión Europea, 2007).

Resulta importante destacar entonces que en base a la “Estrategia de respuesta” planteada por la Unión europea, el Instrumento de Cooperación al Desarrollo, ICD ha tenido incidencia a nivel del país y dentro del cantón Nabón como lo define el proyecto en diagnóstico.

En Nabón las iniciativas micro empresariales: asociativas y comunitarias conformadas hasta la actualidad son:

-  La Asociación de productores de fresas.
-  La Asociación de tequileros del Cantón Nabón.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

- 🏭 La Asociación de productores de hortalizas San Juan Bautista de Nabón.
- 🏭 La Asociación de productores agroecológicos del Cantón Nabón.
- 🏭 La Asociación cantonal de cuyes.
- 🏭 La Asociación de artesanos del Cantón Nabón.
- 🏭 La Asociación de viveristas del Cantón Nabón (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Nabón, 2011).

Nabón, de la mano con la cultura emprendedora característica de su población ha forjado varias alternativas en el contexto económico, las mismas que se enmarcan dentro del apoyo recibido de parte de diferentes agentes de cooperación internacional como el caso de la Unión Europea y de otros organismos tales como:

- 📌 Comunidad Andina de Naciones, CAN
- 📌 Agencia Española de Cooperación, AECID
- 📌 Corporación Andina de Fomento, CAF
- 📌 Banco Interamericano de Desarrollo, BID

En este sentido la Secretaría de Turismo y Comercio Interior de España reconoce que:

“Ecuador tiene una magnífica imagen en Europa, como un país que está dando pasos firmes para ser líder en el desarrollo sostenible del turismo en el mundo” (Mesquida, 2011).

Desde la mirada de la Organización Mundial de Turismo, OMT, a través del artículo publicado por Enrique Iglesias en calidad de Secretario General para Iberoamérica, denominado “El valor de la diversidad clave del desarrollo”, se sustenta la siguiente idea que refuerza lo mencionado con anterioridad:



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

En América Latina el turismo es importante porque se trata de un sector que genera empleo y crecimiento en zonas poco desarrolladas. Se trata en todo caso de una actividad donde caben la pequeña, la mediana y la gran empresa; el turismo genera una cantidad enorme de oportunidades de negocios y posibilidades de trabajo para quienes se dedican a él, en tanto ámbito urbano como rural , en el campo y en la costa, en lugares donde a veces ninguna otra actividad podría tener un impacto similar (OMT,2007).

Por lo tanto, el llevar a consolidar una cultura emprendedora en espacios rurales locales ha sido uno de los factores más importantes a la hora de diseñar propuestas de carácter económico que favorezcan la puesta en valor de las capacidades, habilidades y destrezas de las personas del Cantón Nabón, ya que factores como desconocimiento, nivel de educación, situación geográfica, nivel de riesgo, acceso a fuentes de financiamiento<sup>13</sup>, entre otros factores han sido barreras de entrada para afianzar propuestas micro empresariales formuladas como ideas de negocios.

Es de utilidad entonces, reconocer el trabajo realizado por parte de los medios de cooperación a favor del desarrollo local, lo cual ha permitido romper ese tipo de barreras, y bajo criterios técnicos se ha logrado consolidar líneas base de información, con las cuales se han determinado: perfiles de inserción laboral y demandas de formación en diferentes áreas,entre ellas la formación en lo que concierne al manejo y operación del sistema turístico como una opción de desarrollo económico, dentro de lo que se denomina como “Planes de Formación”<sup>14</sup>.

---

<sup>13</sup> El Proyecto de turismo para jóvenes mantiene una línea de crédito vigente tanto para los beneficiarios del proyecto con el fin de que mejoren sus negocios turísticos, así como también para habitantes del cantón en general que decidan iniciar su emprendimiento en líneas que fomenten el desarrollo turístico del territorio.

<sup>14</sup> El Plan de Formación constituyó un elemento importante, se lo realizó por medio de un Estudio de Mercado, el cual fue dirigido a los jóvenes de instituciones educativas de nivel secundario de: Nabón Centro, Cochapata, Shiña – Morasloma, El Progreso, Chunazana – Puca y Las Nieves. Este proceso se lo llevó adelante gracias al apoyo del GAD Municipal de Nabón, el equipo técnico del Proyecto de cooperación internacional y el Centro de





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Es desde este espacio que las personas de diferentes comunidades y sectores del cantón Nabón viabilizaron la posibilidad de apostarle al turismo a fin de poder dar vida a sus iniciativas de negocio e ideas empresariales asociativas, poder aspirar a modelar y manejar sus negocios, mejorar su estilo de vida y diversificar la oferta en bienes y servicios con la única consigna de convertirse en nuevos empresarios turísticos dentro del cantón.

Una vez ampliado el contexto, y para comprender que es lo que determina una **conducta emprendedora**, es necesario adjuntar un importante espacio bibliográfico que lo determina nuestro vecino país Colombia, por medio de la Unidad de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial de la Universidad de Medellín, la cual conceptualiza este tipo de visión de la siguiente manera:

El emprendimiento es la principal fuente de creación de riqueza y bienestar en la economía moderna. Esta idea es poderosa. Emprendedor es aquel que hace mucho a partir de poco. En medio de dificultades, sin recursos y asumiendo riesgos, es capaz de visualizar y sentir la oportunidad donde otros solo ven caos y, sacando fuerzas de un sitio que nadie más conoce, logra dar vida a un sueño. Ese personaje que arranca su camino sin tener nada, salvo su talento y su visión, es quien le enseña a la humanidad hacia dónde va el mundo, y el mundo ya ha aprendido la lección: sin emprendedores, no hay futuro. Más nos vale que tengamos muchos (Unidad de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial, 4).

---

Formación Permanente de Talentos Humanos de Nabón. Este instrumento sirvió de mucha utilidad para considerar la realidad de los jóvenes beneficiarios del proyecto y su vinculación hacia temas de desarrollo productivo (Línea base sobre necesidades de formación y desarrollo de emprendimientos relacionados con el turismo y la cultura, 2010).



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Una vez detallado ciertas características y un breve perfil de una persona emprendedora y de donde surge; es conveniente asociar ese deseo imperativo de las personas por liderar espacios de gestión empresarial propia, con la visión y sentido de pertenencia hacia su cultura, como elementos propios de las personas que están en camino a forjarse como emprendedores. Es decir ser emprendedor no solo visto desde el modelo de creación de capital, sino con pleno sentido de pertenencia hacia sus orígenes y legados ancestrales.

Por lo tanto antes de comenzar a dar forma a un emprendimiento turístico en zonas rurales como lo es el caso de estudio, es preciso que las personas involucradas se conozcan a sí mismas, efectuando un perfil previo realizándose las siguientes preguntas:

- ¿Nos alimentamos de platos típicos?
- ¿Conocemos nuestro patrimonio, mitos y leyendas?
- ¿Contamos con una lengua ancestral?, ¿La Conservamos?, ¿Se está perdiendo?
- ¿Existe acceso a nuestra comunidad?
- ¿Contamos con servicios básicos?
- ¿Podemos capacitarnos?, ¿Lo queremos?
- ¿Estamos dispuestos al cambio?
- ¿Estamos preparados?, ¿Podemos adecuarnos?

Este cuestionario directamente nos abre posibilidades para repensar y poder manifestar la conducta emprendedora de la población del Cantón Nabón ante lo que se piense y se decida realizar; es importante recalcar una connotación con base científica, según lo manifiestan investigaciones en países como Perú y Colombia, que el turismo es un complemento a la variedad de actividades tradicionales desarrolladas en las comunidades



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

como la agricultura, la ganadería, la artesanía, producción láctea, entre otras.

Por lo tanto,

***El turismo debe considerarse como un medio, no como un fin.***

Ante este estado situacional resulta necesario entonces conocer a qué tipo de experiencia de tipo turística se la puede catalogar como un “emprendimiento turístico”.

Ciertamente existe una amplia gama de material bibliográfico que da cuenta de la actividad emprendedora en diferentes áreas de la economía local y solidaria, pero muy poca referencia se hace al tipo de generación de iniciativas en el campo turístico, es por ello que en base a investigaciones previas, experiencias laborales y acercamientos teóricos se ha procedido a la elaboración de un modelo de definición personal de lo que para la línea de mi investigación pudiera ser considerado como un emprendimiento turístico. concepto que ha sido publicado en el marco del desarrollo del proyecto en estudio y bajo el cual se han perfilado las diferentes ideas de negocios nacientes en el cantón Nabón.

### 1.4.1 Emprendimiento Turístico

*“Un emprendimiento turístico es el resultado de la iniciativa de negocio generada individual o colectivamente dentro de una determinada localidad, en base a sus características físicas, naturales y culturales, quienes han identificado en ello una oportunidad de insertarse dentro del mercado turístico heterogéneo, formando pequeñas empresas turísticas (comunitarias o privadas), gestionadas a través de sus necesidades, medios y recursos propios existentes y caracterizándose principalmente por ofrecer a su mercado por lo*



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

*menos uno o varios servicios turísticos como: restauración, alojamiento, ocio y deportes, transporte, visitas guiadas, senderismo, avistamiento de flora y fauna, etc. y con precios relativamente*

*accesibles. Todo esto complementado con una infraestructura básica como: vías de acceso y servicios básicos. Todo ello siempre ligado a las costumbres y valores de la localidad”<sup>15</sup>*

De manera general para que una idea de negocio sea considerada como un emprendimiento turístico deberá reunir como característica principal el ofrecer por lo menos uno de los varios bienes o servicios turísticos descritos en el concepto propuesto.

Proyectándonos hacia nuestro marco de diseño teórico y metodológico propuesto para la presente investigación, en adelante se procederá a la presentación en detalle del caso de estudio propuesto, el cual se encuentra localizado en la Parroquia El Progreso – Comunidad de Cochaseca, lugar y centro de operaciones desde donde se ejecuta y desarrolla la experiencia de turismo comunitaria denominada “El Colibrí de Nabón”.

La referencia documental e investigación de campo obedecerá a la esquematización en detalle de lo propuesto, afianzándome plenamente en normas, métodos y prácticas aprendidas dentro del proceso de formación académica en la Maestría en Desarrollo Local cursada.

Énfasis sin duda será el deseo pleno del autor del presente proceso de investigación en acercar el estudio de caso propuesto para determinar si la implementación de una experiencia de turismo comunitario en la Comunidad

---

<sup>15</sup> Concepto aplicado por primera vez dentro del Proyecto: “Generación de Alternativas Económicas para las y los Jóvenes del Cantón Nabón a través del Turismo y la Cultura”. Proyecto ejecutado por parte del GAD Municipal de Nabón, la Fundación Waaponi y la Corporación Incubadora de Empresas del Austro, INNPULSAR, en los Talleres de Gestión Turística 1 y 2 dictado por Gerardo Alvarracín y Fabián Quito en calidad de Ingenieros en Turismo de la Universidad de Cuenca y parte del Equipo Técnico del proyecto.



## **UNIVERSIDAD DE CUENCA**

de Cochaseca constituye una alternativa económica y social que contribuye a lograr los objetivos del Buen Vivir de sus asociados y población en general.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

## CAPÍTULO 2

### TURISMO Y DESARROLLO LOCAL

*La finalidad del desarrollo implicaría  
la disciplina del conocer y actuar  
(Lebret, 1967).*

#### 2. Introducción

Considerando la actividad de diagnóstico turístico en proceso, resulta preponderante enmarcar una visión sobre la multiplicidad y diversidad de concepciones en torno al desarrollo; varias aristas como el progreso, el crecimiento económico y la expansión apuntan hacia un único fin: favorecer el respeto de la dignidad humana y considerar el bien común.

Es en este sentido en donde la puesta en valor del desarrollo turístico por su parte toma fuerza como una arista adicional a las antes mencionadas para fortalecer los objetivos del desarrollo. En un aporte teórico de Juan Carlos Mantero, experto en planificación y gestión del territorio, indica que la finalidad de este elemento, es que el recurso, el producto y el destino, se centre en lo primordial: la persona (usuario, habitante y visitante) y la sociedad (local y global) (Mantero, 1997).

Desde la década de los cincuenta del siglo anterior, el desarrollo ha tomado diferentes matices, enmarcándose siempre en lo global y sus beneficios derivados de su interacción económica; con el devenir de esta corriente desarrollista nuevos procesos han tomado fuerza pero esta vez desde lo local, nuevos “desarrollos adjetivados” como lo considera Carvajal (2011), resulta ser el caso del “desarrollo comunitario”, ha tomado fuerza para referirse a sectores antes no observados y poner en evidencia sus relaciones, su ejercicio participativo y su nivel organizativo, dentro de un colectivo patrimonial caracterizado por valores, principios y legados.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 2.1 Factores de Desarrollo Local

Muchas han sido las conceptualizaciones y puntos de vista a cerca de delimitar el desarrollo, desde mediados del siglo anterior los diversos pensadores y emancipadores de esta corriente han ido modelando criterios en función de sus políticas de estado y sus condicionantes económicos, lo cual ha desencadenado que al desarrollo se lo sectorice y se lo limite al momento de que una determinada localidad o territorio piense en desarrollarse a favor de su estructura social o económica.

Desde el término de la Segunda Guerra Mundial (1945), se marca el arranque y se despierta el interés de analizar los diversos factores que conducen a la pobreza y al subdesarrollo de América y sus regiones, escenarios a los que se acogen varios países en ese entonces y es ahí desde donde se promueven ciertos modelos y métodos para generar crecimiento económico, potenciar a las diversas masas poblacionales a favor de mejorar las condiciones sanitarias, educativas y laborales tanto a nivel nacional como internacional, resulta ser la visión de muchos.

Varias propuestas estructurales como la de industrialización 1960, la teoría de la dependencia emitida por la CEPAL en donde se destaca que las economías subdesarrolladas dependían estrictamente de las desarrolladas, más adelante nuevas teorías como la del liberalismo económico a finales de 1970, resaltaron aún más la expectativa al fomento del desarrollo por medio de la libre circulación de productos, capital y trabajadores.

En resumen, bajo esta innumerable corriente de pensamientos, métodos y modelos surgidos con fuerza en la segunda mitad del siglo XX, resulta interesante destacar ciertos parámetros que condicionaron este ambiente bajo tres tipos de visiones principales:





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

- ⇒ Una primera visión es la llamada **evolucionista** destacada por Oscar Madoery, enmarcada en una visión sobre el territorio, la cual se describe de la siguiente manera: “Es un proceso lineal de avance desde una situación de pobreza y subdesarrollo hacia una situación de prosperidad económica con altos niveles de industrialización [...] No es posible pensar en el desarrollo sin tener una visión del territorio (Madoery, 2001).
- ⇒ Una segunda visión es la llamada **reduccionista** descrita desde el pensamiento de Amartya Sen, la cual destaca que: “La idea del desarrollo es una idea compleja [...] la reflexión del desarrollo es superar los problemas del subdesarrollo a través del crecimiento económico, aumentando el PNB” Mas adelante en el contexto de la entrevista realizada sostiene lo siguiente: “El proceso de crecimiento económico, pues, constituye un punto de partida insuficiente para evaluar el progreso de un país” (Nermeen, 2004).
- ⇒ Una tercera visión y no por ello menos importante es la denominada **acrítica**, en la cual el componente principal es lograr a que las naciones subdesarrolladas alcancen niveles elevados de consumo imitando culturas eurocéntricas y norteamericanas, todo ello con el afán de ser catalogados como países “exitosos”.

En medio de este tejido de políticas económicas en su mayoría impuestas por marcadas potencias y de las cuales nuestro país ha sido objeto del interés socio productivo en base a su clásico modelo económico basado en lo que Alberto Acosta describe como “La Paradoja de la Abundancia” en su libro “La Maldición de la Abundancia”, no existe a decir del autor un verdadero argumento que sostenga que el Ecuador haya



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

buscado alternativas al modelo desarrollista en otras actividades económicas alternativas como el turismo, la reactivación de la oferta natural y paisajística que posee nuestro país.

Para respaldar el enunciado anterior cito el argumento teórico del intelectual Uruguayo Eduardo Gudynas, quién en el prólogo del documento citado expresa lo siguiente:

“De acuerdo con las ideas clásicas sobre el desarrollo, siempre se sostuvo que la riqueza en recursos naturales era una condición clave para permitir alcanzar mejores niveles de vida” (Acosta, 2009).

Desde este momento se da inicio a un debate ampliado en lo que Gudynas determina como un ejercicio de “repensar el desarrollo” para tener indicadores reales de que el país ha alcanzado un nivel de desarrollo apropiado y por consiguiente haya logrado promover el Buen Vivir en sus habitantes.

Sin embargo en medio de este escenario generalizado, la idea es ir centrándose en abordar líneas que nos ayuden a delimitar el desarrollo, pero desde una perspectiva que aporte bases y variables al desenvolvimiento de la actividad turística de forma local pero con impactos muy significativos en el territorio en el cual se los esté materializando.

Como ya es de conocimiento el Ecuador más allá de ser considerado por muchos intelectuales como un “país producto”, calificado así por la gran cantidad de exportaciones de todo tipo generada desde los años sesenta, de a poco ha ido generando interés en ampliar su oferta económica a través de la actividad turística, pero al margen de debates y propuestas internacionales que coadyuvaron a modelar una propuesta de turismo más sensibilizado que tuvo origen desde los años ochenta.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Para 1992 en el marco de la Cumbre de la Tierra, llevada a cabo en Río de Janeiro, el modelo de sostenibilidad planteado para los diversos enfoques de conservación ambiental, se lo tradujo hacia lo que se denominó un “modelo de desarrollo” el cual se acentuó también en experiencias de turismo exitosas en donde el aumento de flujo de turistas hacia distintos destinos de importancia como el caso de las Islas Galápagos en nuestro país era cada vez mayor lo cual ponía en riesgo su diversidad ecológica.

Este hecho sin duda fue considerado de importancia primero para adoptar medidas en función de la capacidad de carga para no afectar al atractivo, así como también para que el Ecuador incentive y re dirija el turismo hacia ciertas regiones aún no explotadas turísticamente como la Amazonía (1998) y posteriormente para la Sierra, para de esta forma ampliar la oferta en modos de hacer turismo e ir modelando nuevas tipologías como el Ecoturismo y Turismo Comunitario dentro de zonas rurales.

Este modelo de desarrollo planteado en torno al manejo del turismo hizo de ver que en regiones de población “pobre” como lo calificó la Organización de Naciones Unidas, ONU en el 2002 en el marco del año Internacional del Ecoturismo, se benefició a sectores en condiciones de pobreza y sobre todo en zonas donde habitan comunidades indígenas.

Más tarde con el aporte del Ministerio de Turismo del Ecuador, MINTUR, organizaciones del sector público, privado y comunitario del país con aporte de la Organización Internacional de Turismo, OIT dieron inicio para promover condiciones y escenarios para el fomento del desarrollo turístico pero de manera sostenible, bajo la perspectiva de apoyo a comunidades.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

A partir de aquello se comienza a generar un amplio interés por las diferentes experiencias de iniciativa local o a los cuales se les puede denominar “emprendimientos turísticos comunitarios”, los cuales se los puede asociar directamente al concepto propuesto por Ana Jaramillo Rectora de la Universidad Nacional de Lanus de la Argentina en la presentación del libro “Turismo y Pobreza, una aproximación a los modelos de desarrollo turístico”, en el cual se afirma que:

El debate actual en torno a la construcción de ciudadanía plena implica ir más allá de los derechos políticos de la democracia liberal. Implica entender que – si queremos buscar la equidad entre todos los miembros de la sociedad y llamarnos conciudadanos– los derechos sociales, económicos y culturales son inescindibles de la democracia. Entre esos derechos de los trabajadores y de los ciudadanos en general, el **turismo** ocupa un lugar particular (Kopecek, 2007).

Por otra parte la Organización Mundial de Turismo, OMT, en su publicación “Turismo y Atenuación de la Pobreza”, constituye uno de los primeros aportes en corroborar la importante relación que posee la actividad turística y su lucha contra la pobreza, en la cual se propone un modelo de sostenibilidad de “triple base” (ambiental, social y económica) en la cual especifica que:

“la sostenibilidad de triple base es el bienestar de las comunidades pobres y la conservación de su entorno. El turismo puede desempeñar un papel significativo en el desarrollo sostenible y equilibrado y generar beneficios para los pobres” (OMT, 2001).



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Como actividad paralela a este proceso de desarrollo turístico y con el fin de activar la oferta turística dentro del país ha sido necesario contar con la incursión de las comunidades dentro de este conglomerado de actividades participativas, como actores directos de este proceso, por lo tanto desde el 2008 según referencia de la Constitución Política del Ecuador vigente en ese año; el apoyo del Consejo de Desarrollo de los Pueblos y Nacionalidades del Ecuador, CODENPE, la Organización Internacional del Trabajo, OIT, entre otras instancias lograron brindar un apoyo muy importante que responde al fortalecimiento de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, FETPCE, organismo creado bajo las normas establecidas en el año 2002, con un único fin, el de planificar, ordenar y delimitar la actividad turística generada creativamente a nivel de comunidades rurales ecuatorianas.

La Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador mantiene incidencia jurídica e imagen legal dentro de la Ley de Turismo de nuestro país, de hecho en el Artículo 14 del documento citado lo establece como parte del Consejo Consultivo de Turismo, en calidad de órgano asesor para lo que tenga que ver con temas de rectoría para las experiencias de turismo desarrolladas en zonas rurales y gestionadas con personas de las diferentes localidades. Esto implica por lo tanto que la FEPTCE tiene posibilidades concretas y prácticas de injerencia en la agenda pública turística.

Entre sus objetivos<sup>16</sup> concibe los siguientes parámetros:

---

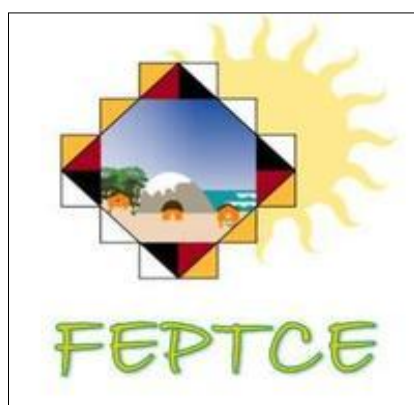
<sup>16</sup> Fuente:

[http://www.feptce.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=74&Itemid=109](http://www.feptce.org/index.php?option=com_content&view=article&id=74&Itemid=109)



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Impulsar el Buen Vivir de las comunidades a través del turismo comunitario.
- Apoyar en la estructuración promoción y comercialización de los productos turísticos comunitarios.
- Promover el manejo sustentable de los territorios de las comunidades con la implementación iniciativas productivas complementarias al turismo comunitario.
- Revitalizar la identidad cultural de los diferentes pueblos y nacionalidades involucrados en el turismo comunitario.



**Ilustración No. 11**

**Título:** Logotipo Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador.

**Autor:** FEPTCE.

**Fuente:** [www.feptce.org](http://www.feptce.org)

**Fecha:** 15 mayo de 2013



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 2.1.1 Desarrollo local

En este contexto y tomando como referente diversos parámetros ligados directamente al tema de investigación en curso, surge un primer acercamiento derivado del término general del desarrollo, al cual se lo califica como **desarrollo local**, es decir, un sistema más focalizado desde una perspectiva económica vista y estudiada desde lo social, cultural y político, desde donde el calificativo “local” no está específicamente condicionado a un territorio localista, sino más bien asocia condiciones comunes de una población con distintos matices como la desigualdad, los problemas, la solidaridad, la cooperación, el trabajo asociado, entre otros aspectos de interés social.

La corriente del desarrollo local como una corriente ampliada dentro del proceso de estructuras de pensamiento, proviene, a decir de las diversas etapas desarrollistas asociada directamente al fin de la época de producción fordista y al inicio del fenómeno de globalización.

El enlace que promueve el desarrollo local en un ambiente territorial en una de sus muchas variables es la centralidad asociada a la inserción de Pymes (Pequeñas y Medianas Empresas) dentro de un determinado mercado, en este sentido el rol que cumplen los actores locales de un territorio sumado a la importancia de las capacidades locales, todos ellos interesados plenamente en consolidar un poder público local, deberán considerar que sus objetivos se encuentren alineados con la estructura y modelo de desarrollo nacional, en nuestro caso con los instrumentos de planificación estatal, con el fin de poder viabilizar procesos reales de participación e implementación de propuestas económicas locales.

Para converger de mejor forma este conglomerado de ideas acerca del desarrollo local se procederá a citar al Chileno Sergio Boisier economista experto en temas de política y planificación regional, quién concibe al desarrollo local como:





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

“un proceso endógeno registrado en pequeñas unidades territoriales y asentamientos humanos capaz de promover el dinamismo económico y la mejoría en la calidad de vida de la población [...] El desarrollo local dentro de la globalización es una resultante directa de la capacidad de los actores y de la sociedad local para estructurarse y movilizarse en base a sus potencialidades, y en su matriz cultural, para definir, explorar sus prioridades y especificidades en la búsqueda de competitividad en un contexto de rápidas y profundas transformaciones” (Boisier, 2005).

Por su parte Luis José Di Pietro Master en Ciencias Sociales de la FLACSO asegura que:

“Lo local es un concepto relativo a un espacio más amplio. No puede analizarse lo local sin hacer referencia al espacio más abarcador en el cual se inserta (municipio, departamento, provincia, región, nación). Actualmente se juega con la contraposición ‘local/global’ mostrando las paradojas y relaciones entre ambos términos” (Pietro, 1999).

Dentro de la variedad de corrientes de pensamiento y diversidad de autores que han tratado de definir el desarrollo local se ha generado una multidimensión al momento de tratar de definir plenamente este concepto, ciertas teorías asocian que el desarrollo local se ha posicionado desde su nacimiento en la Unión Europea hasta llegar a Latinoamérica en base a una “práctica sin teoría”.

En este sentido se cita un postulado generado por J. P. Guimaraes quién afirma que:

“The term ‘local economic development’ (LED) describes a practice without much theoretical underpinning: a practice that would benefit from, but may actually never find, comprehensive and applicable substantive theory” (Guimaraes, 1997).



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Con el propósito de aclarar y generar argumentos que sirvan de debate para enriquecer la relación desarrollo local – turismo; brevemente me permitiré citar tres modelos de desarrollo turístico creados a nivel nacional, que sustentan el valioso aporte del desarrollo local, su construcción y planeación estratégica que convergen y se articulan directamente a las ideas sustentadas con anterioridad; siempre considerando a la actividad turística como lógica de acción local.

Primero una mirada desde lo comunitario:

✚ Según el informe resultante de la ONG SODEPAZ (Solidaridad para el Desarrollo y la Paz), la Agencia Española de Cooperación internacional al Desarrollo, AECID y el Foro de Turismo Responsable, FTR. Sitúan a la experiencia: Red de Turismo Comunitario “Saraguro Rikuy”<sup>17</sup> como un ecosistema compacto en donde factores como la cotidianeidad, el mantenimiento de saberes y prácticas personales y colectivos, la conservación de la arquitectura y la interacción de la población en sus diferentes áreas, como un aparato sólido en la gestión y consecución de una experiencia ciudadana aglutinadora de saberes y pensamientos que abarcan en si el promover la consolidación de una experiencia generadora de bienestar y participación colectiva ideada y desarrollada desde lo local.

---

<sup>17</sup> La Red de Turismo Comunitario Saraguro Rikuy es una organización comunitaria sin fines de lucro que promueve el desarrollo comunitario mediante la conservación del medio ambiente, sus costumbres ancestrales, nuevas alternativas de desarrollo sustentable y equitativo, intercambio de experiencias, constante capacitación con la finalidad de ofertar productos de buena calidad y mejorar las condiciones de vida de las comunidades. Adquiere su imagen legal en Abril de 2004, mediante Acuerdo Ministerial No. 04 – 129 expedido por la Subsecretaría Regional del Ministerio de Comercio Exterior, MICIP.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Una experiencia que busca el sostenimiento cultural, pero bajo una mirada asociativa empresarial y con un enfoque potencializador de las virtudes y riquezas del territorio, expuesta bajo la vitrina del turismo y con resultados óptimos en base a su modelo de gestión y técnicas comunitarias participativas las mismas que conllevan su apego a los objetivos del Buen Vivir.



**Ilustración No. 12**

**Título:** Logotipo Saraguro Rikuy.

**Autor:** Red de Turismo Comunitario "Saraguro Rikuy".

**Fuente:** [www.turismosaraguro.com](http://www.turismosaraguro.com)

**Fecha:** 15 mayo de 2013

Segundo una mirada del aporte del desarrollo local en términos sostenibles:

- 🏡 El desarrollo local propone una mirada hacia la generación de un desarrollo innovador, es decir, la generación de un modelo económico sostenible creado para mitigar las diferencias en temas como: acceso a la educación, atención sanitaria, inserción de prácticas agrícolas sostenibles, y apoyo a unidades productivas, entre otros aspectos con un enfoque plenamente comunitario. Yachana, palabra que traducida en quichua quiere decir "lugar para aprender", se consolida en el año 1991 como una propuesta de turismo sostenible con enfoque comunitario, en uno de los territorios de mayor diversidad



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

natural del país como es la Comunidad de Mondaña situada a orillas del Río Napo en la Provincia del mismo nombre. La propuesta se articula gracias al aporte de Yachana Foundation, de la cual se desprenden dos proyectos éliticos: Yachana Lodge y Yachana Technology cuyo objetivo es fomentar la sostenibilidad de sus recursos y asegurar un elevado nivel de educación de sus habitantes locales. Su gestión le ha permitido ser reconocido como un “Geotourismusziel”, es decir un destino de mucha importancia a nivel geográfico mundial, otorgado por la National Geographic. Además Yachana ha recibido certificaciones por sus diversos programas de sostenibilidad implementados, entre ellos figuran la mundialmente conocida certificación Smart Voyager, entre otras importantes certificaciones.



**Ilustración No. 13**  
**Título:** Logotipo Yachana Foundation.  
**Autor:** Yachana Foundation.  
**Fuente:** [www.yachana.org.ec](http://www.yachana.org.ec)  
**Fecha:** 15 mayo de 2013



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Tercero una mirada al aporte del desarrollo local desde el espíritu emprendedor de las personas:

👤 El Tarqueño Alberto Vele es un soñador y un visionario empedernido como el mismo se cataloga. Su deseo por darle una tónica diferente al manejo de la actividad turística en una zona rural ha sido su perecedero deseo. “Yurak Allpa” Refugio de Animales Silvestres, imagen con la cual se constituyó, es un emprendimiento turístico pensado e ideado en el rescate, liberación y mejoramiento de la calidad de vida de diferentes especies animales en peligro de extinción. El aporte del desarrollo local se sitúa en el orden de que la comunidad de Tañiloma de la Parroquia Tarqui, hayan diversificado su actividad socio económica como proveedores de bienes y servicios al zoológico, generación de puestos de trabajo directos e indirectos, posibilidades de realización de estudios técnicos y pasantías universitarias, entre otros son características endémicas que esta idea ha creado a la vez que ha aportado a mejorar la imagen turística de la parroquia, tras la creación de un nuevo centro de interés turístico para el visitante local.



Ilustración No. 14  
Título: Logotipo Zoológico Yurak Allpa.  
Autor: Zoológico Yurak Allpa.  
Fuente: [www.turismo.com](http://www.turismo.com)  
Fecha: 15 mayo de 2013



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 2.1.2 Actores del Desarrollo Local

Considerando la continua y permanente interacción que demanda la sostenibilidad del desarrollo local, resulta importante destacar cuáles son los actores directos dentro de los territorios llamados a impulsar la consecución de esta corriente en beneficio de generar un ecosistema óptimo para crear sinergias y alianzas que generen un desarrollo armónico sostenido. Los principales actores dentro del desarrollo local son:

- ❖ Los Gobiernos Autónomos Descentralizados, GAD's locales (Provinciales, Municipales y Parroquiales).
- ❖ El sector empresarial representado en todos sus niveles (micro, pequeña, mediana y grande empresa).
- ❖ La academia en base a su estructura multifuncional de conocimientos y de aporte al desarrollo personal, a través de sinergias institucionales y líneas de investigación.
- ❖ La sociedad civil toda, organizada desde las unidades comunitarias parroquiales, movimientos ciudadanos hasta las redes nacionales a nivel de estado.

Este conjunto de actores juegan un papel preponderante a la hora de definir planes y estrategias, hasta llegar a consolidar y fraguar objetivos en beneficios de los diferentes sectores a los cuales representan. No puede consolidarse un desarrollo local actuando en líneas de acción diferentes, todos los actores deben ser elementos transformadores en función de plasmar formas de organización que garanticen la participación y el respeto



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

hacia sus organizaciones y hacia su territorio.

En función de este conglomerado de postulados teóricos en adelante el esquema investigativo asociará el desarrollo local y su marco de intervención en la lógica del desarrollo turístico como un modelo propio para generar eficiencia, eficacia y flexibilidad dentro de los modelos de trabajo sostenidos en la industria del turismo llevado a cabo en experiencias desde lo local.

### 2.1.3 Desarrollo local y Desarrollo turístico

Como una primera referencia hecha al adjetivo “local”, el Instituto de Investigación Servicios y Consultoría Turística de la Universidad Mayor de San Andrés de Bolivia, considera que:

“El Desarrollo Local y el Turismo son a la vez estrategias de desarrollo que están en función del potencial territorial y de la riqueza natural, cultural y social que representa una estrategia diferente para el desarrollo” (Flores, 2008).

En función de este primer postulado teórico, el desarrollo local rompe el paradigma de ser concebido únicamente desde una posición economicista del desarrollo, sino más bien desde un proceso dinámico que propenda a la ampliación de capacidades locales enmarcadas en mejorar la calidad de vida de todos los integrantes de una determinada población.

Esta misma idea traducida en palabras de Amartya Sen, en términos de desarrollo local constituiría “la promoción de la riqueza de la vida humana entera” (Amartya Sen, 2006).

Considerando la importancia y el esquema teórico de Amartya Sen, resulta conveniente reforzar el valor que tiene el desarrollo local enmarcado plenamente en la persona como figura esencial del proceso, más allá de otorgar valor únicamente a la producción de bienes y servicios como un modelo económico puro; la persona busca su autorrealización personal y colectiva (**caso de estudio**), todo ello con el fin de mejorar sus condiciones





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

de vida, la calidad en sus relaciones dentro de su grupo humano y sin ser sometidos a las exigencias de la sociedad.

Recurriendo a la teoría de Mantero, el desarrollo local bajo una óptica de desarrollo turístico:

“es una estrategia cuyos actores son los beneficiarios, susceptible de aplicarse a territorios variados en los que los recursos humanos y físicos son muy diversos y en los que las aspiraciones y las prioridades en materia de desarrollo crean problemas singulares y simultáneamente permiten aplicar estrategias diferentes y generar repuestas inéditas a partir de los singulares medios disponibles” (Mantero, 1997).

Sin embargo la multidimensión del desarrollo en función de la actividad turística a decir de ciertas teorías muestran algunos efectos impropios que se pudieran analizar desde una determinada oferta turística en tanto esta no se encuentre debidamente localizada y sea fruto únicamente de acciones y pretensiones exógenas ajenas e indiferentes a lo local.

Este es el principal argumento basado en la dinámica del desarrollo que repercute plenamente en el apotegma<sup>18</sup> del *pensar global actuar local* y la premisa de *pensar local actuar global*, emplazado plenamente en la dinámica del desarrollo turístico; es decir indagar y conocer más sobre la estructura de la relación local – global como uno de los principales indicadores que manifiesta el desplazamiento de personas cuya implicancia es la interacción de culturas desplegadas en diferentes territorios por variados gustos y preferencias dentro de escenarios localizados, pero también generando des – localización de otros con ciertas implicancias sociales, económicas, políticas y ambientales.

---

<sup>18</sup> Dicho breve y sentencioso; dicho feliz, generalmente el que tiene celebridad por haberlo proferido o escrito algún hombre ilustre o por cualquier otro concepto (Real Academia Española).



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Ahora, la localidad en relación a la actividad turística no es más que otorgar un valor intrínseco al territorio donde se ejecutan actividades de este tipo como elemento propio en donde la comunidad ejerce valor sobre el espacio tangible e intangible en base a una construcción y expresión social, lugar que cuenta con características valoradas en base a un diagnóstico previo, en donde la cultura se ha mantenido intacta en el tiempo y su gente desea dar a conocer sus modos, costumbres y saberes culturales.

### **2.1.4 Desarrollo Comunitario**

El desarrollo de la comunidad es un imperante social que aglutina variadas concepciones, diversos métodos de intervención social y variedad de elementos estructurales, lo comenta y describe el sociólogo argentino Ander Egg, a la hora de tratar de describir y delimitar símbolos y contextos que promuevan antes que todo el saber que es en esencia una comunidad, cuáles son sus objetivos, necesidades y visión social con el que se identifican y por las cuales se los puede tratar de describir e interpretar.

Lo primero consiste en diagnosticar elementos como el territorio, la población que la habita, el perfil de la o las actividades productivas y de servicios que estas disponen, las formas de intervención y socialización con otros grupos humanos, entre otros elementos de características sociales.

En definitiva el concepto de comunidad es un concepto de variadas y múltiples connotaciones sobre todo de orden social, se debe considerar además el enfoque teórico y las distintas necesidades prácticas que se tengan en relación a lo que corresponde la unidad de análisis planteada, por lo tanto antes de llegar a entender que es lo que busca el desarrollo comunitario, habrá que entender que es una comunidad.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Ante este contexto de términos y definiciones se citarán algunos conceptos que se asocien al propósito de la investigación en marcha, con el fin de plasmar en detalle como el desarrollo converge con la localidad desde los núcleos sociales más pequeños y su valor identitario que se le debe otorgar a este tipo de variables.

Desde la perspectiva de la Psicología Comunitaria, Gonzáles, explica que:

“La comunidad es fundamentalmente **un modo de relación social**, es un modelo de acción intersubjetivo construido sobre el afecto, la comunidad de fines y de valores y la incontestable esperanza de la lealtad, de la reciprocidad; la comunidad es un acabado ejemplo de tipo ideal de la acción social, una construcción teórica de alguna manera extraña de la propia realidad que acostumbra ser algo más sentido que sabido, más emocional que racional” (Gonzáles, 1988).

La Comunidad entendida desde una visión de ordenación territorial, también cuenta y es propicia citarla en función de lo expuesto por el Arquitecto Uruguayo Carlos Gómez Gavazzo, de la siguiente manera:

“la relación hombre - suelo que se caracteriza por la posesión de los elementos básicos siguientes:

1. Grupo de personas directamente localizadas en un área geográfica, como resultado de una interacción social en el mismo grupo y entre éste y el medio físico.
2. Área geográfica continua.
3. Concentración de intereses funcionales comunes, de los cuales no es suficiente la vecindad.
4. Unidad funcional, como forma expresiva de la solidaridad entre sus componentes (Gavazzo, 1959).

Por otra parte se acoge y se expone el punto de vista de comunidad, pero esta vez analizado desde lo común, “es decir el carácter de lo que es común ... similitud, identidad ... reunión de personas que viven juntas, que tienen



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

intereses comunes. En otras palabras, comunidad = común unidad” (Robertis y Pascal, 2007).

Bajo un modelo comprensivo, tal como lo determinan el equipo de investigadores de la Universidad de Cuenca y de la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla España, dentro de la obra “Cultura, Comunidad y Turismo Ensayos sobre el Turismo Comunitario en el Ecuador”, 2009. Dentro del artículo denominado “Un análisis comparativo para el turismo comunitario: de la etnografía al grafo”, Esteban Ballesteros y Eugenio Fedriani describen que:

“La organización comunitaria y/o colectiva toma cuerpo fundamentalmente en las asambleas y reuniones, en el funcionamiento de los cabildos de las comunidades, en la celebración de mingas y trabajos colectivos. La forma en la que se segmenta socialmente la comunidad – por razones de género, edad o recursos -” (Ballesteros, 2009).

Considerando entonces, la didáctica y la variedad de puntos de vista teóricos, aseveraciones e ideas sobre la comunidad; esta corriente nos invita a poder recrear un lazo de similitud en el contexto de la literatura expuesta, se coincide pues en ciertos puntos esenciales a los cuales bajo la lógica del tema y del caso de estudio se les pudiera catalogar como pilares en los que se debería sustentar una comunidad dentro de nuestro territorio austral:



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

- ❖ Es un conjunto de personas que comparten modos, saberes y experiencias.
- ❖ Comparten algún interés, rasgo o elemento que los identifica y los hace únicos.
- ❖ Se ubican en una determinada área geográfica, la misma que determina sus habilidades, conocimientos y destrezas.
- ❖ Tienen conciencia de pertenencia hacia su patrimonio tangible e intangible.
- ❖ Se da una interacción intensa entre los miembros con el fin de proponer, promover y gestionar acciones a su favor.
- ❖ Constituye una unidad social y estructural fuertemente consolidada.

Retomando el curso de identificación y caracterización del desarrollo comunitario, la línea teórica levantada nos servirá de instrumento guía para poder asociar elementos que nos conduzcan a definir de mejor forma, lo que en nuestro caso pudiera expresarse como desarrollo comunitario.

Varios estudios dan fe que desde los últimos 40 años ha comenzado a generarse una corriente por tratar de hablar y encajar al desarrollo comunitario o desarrollo de la comunidad como muchos lo han calificado en diversos escenarios, espacios de reflexión, discursos, propuestas, campañas políticas, y todo tipo de espacios de carácter social. Lo cierto es que hasta nuestros días al querer hablar de desarrollo comunitario cambia radicalmente su figura teórica en función del ambiente y del fin con el que se lo quiera plantear; inclusive las mismas comunidades ubicadas netamente en zonas rurales han ejercido su derecho legal en la constitución de sus directivas catalogándolas como “Comités de Desarrollo Comunitario” ó “Asociaciones de Desarrollo Comunitario”, imagen legal definida de acuerdo a sus necesidades, características y formas de apoyo recibido para su



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

conformación y estructuración. Por lo tanto se desprende una nueva opción de debate de corte social a la cual se pudiera aportar desde las diversas experiencias y perfiles profesionales.

Explorando un poco más sobre la esencia del desarrollo comunitario nos podemos remontar al estudio investigativo de Mireya Zárate, 2007; quién nos propone el siguiente acercamiento:

“Alrededor de 1950 inicia en Asia y África el Desarrollo Comunitario como una técnica de acción social enfocada a mejorar las condiciones de vida de la población. El desarrollo de la comunidad en esa época es definido como “un proceso destinado a crear condiciones de progreso económico y social para toda la comunidad, con la participación activa de ésta, y la mayor confianza posible de su iniciativa.”

Desde estos inicios el Desarrollo Comunitario se prioriza como eje fundamental de su quehacer, el desarrollo de los sujetos a partir de su participación activa en procesos que, si bien tiene por objeto ofrecer herramientas para satisfacer necesidades, ello no puede ser posible sin la corresponsabilidad de los sujetos en sus propios procesos, partiendo de su dinámica particular y de sus recursos personales para potencializar acciones que conduzcan al crecimiento y desarrollo” (Zárate, 2007).

El factor constante dentro de este proceso resulta ser sin duda el propender a mejorar el estatus social y económico de una determinada población o de todas las existentes a través o por medio de procesos sociales y de desarrollo como comúnmente se los conoce; en torno a ello varios resultan ser los cuestionamientos e interrogantes luego de que una determinada comunidad haya sido insertada a este tipo de procesos, o bien beneficios de pocos a esfuerzos de muchos, o bien fenómenos de aculturización y transculturización o bien comunidades ejemplos de



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

verdadero desarrollo no solo comunitario si no sostenibles y sustentables en el tiempo.

Parafraseando al Español Pedro A. Cantero, uno de los muchos europeos comprometidos con el estudio de las corrientes de desarrollo comunitario en el Ecuador; dentro de su trabajo intitulado “Salinas de Guaranda – Horizonte de Economía Solidaria”, se habla de su diagnóstico realizado a la Parroquia de Salinas de Guaranda, en la Provincia de Bolívar, visto y ejemplificado como un modelo de desarrollo comunitario. De esta manera Cantero escribe lo siguiente:

“El hecho comunitario es una realidad social y política en Ecuador sin por ello tener algo que ver con el falansterio o con la idea comunitaria del Kibutz (...) en las comunidades que he conocido lo que predomina es una solidaridad de emergencia – el estar juntos para lo que se considera “necesario” – con un amplio margen de holgadura para emprender negocios propios y establecer estrategias personales o familiares” (Cantero, 2012).

En otro momento Cantero indica que para que un proceso de desarrollo comunitario logre empoderamiento deberá haber tenido “procesos de lucha, procesos de aprendizaje, fracasos, conflictos y desalientos”, todos ellos en momentos distintos para que ayuden a consolidar y reforzar todos y cada uno de los procesos llevados a cabo.

Reforzando esta estructura de que cualquier modelo constituye en tanto y en cuanto un proceso, entonces, se debe concebir que el desarrollo comunitario para fraguarse deberá ser parte de un modelo conocido como “paso a paso”, adaptándose a cambios y con entera disponibilidad para asimilar las siguientes etapas propuestas:



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

1. Las comunidades tienen derecho a participar en las decisiones que afecten sus condiciones de vida y trabajo.
2. Solo la participación en el poder de tomar decisiones es sostenible y creativa.
3. La participación real requiere la intervención de la comunidad en todas las fases de la mejora de la ciudad, pueblo o aldea: planificación, complementación, mantenimiento y supervisión.
4. La participación se debe construir desde la igualdad entre los sexos, e incluir a los jóvenes y ancianos.
5. El desarrollo de la capacidad esencial para promover la participación equitativa entre mujeres, hombres y jóvenes.
6. Las comunidades tienen recursos ocultos que pueden impulsar el desarrollo de la ciudad, pueblo o aldea. El desarrollo de la capacidad puede sacar a la luz estos recursos.
7. Las comunidades son las primeras interesadas de entre todos los protagonistas del desarrollo en identificar problemas y en el mantenimiento y mejora de sus asentamientos.
8. La concienciación y el desarrollo de la capacidad pueden hacer que las asociaciones entre las comunidades, ONG y autoridades municipales sean más equitativas.
9. El desarrollo comunitario que planifican personas ajenas a la comunidad que solo requiere de este trabajo gratuito, no es bien aceptado por las comunidades a largo plazo.





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

10. La planificación de la participación es uno de los elementos que con más frecuencia se pasa por alto en el desarrollo comunitario.
11. La caridad hace a las comunidades dependientes de las ayudas.
12. El desarrollo comunitario es una contribución esencial en la gestión urbana global.



### Ilustración No. 15

**Título:** Miembros de la Comunidad de Cochaseca, Representantes de la Asociación de Turismo Comunitario El Colibrí de Nabón, en el Taller de Buenas Prácticas de Turismo Sostenible.

**Autor:** Gerardo Alvarracín.

**Fuente:** Propia.

**Fecha:** 20 mayo de 2012

Para finalizar esta ordenación teórica es recomendable citar a Ballesteros y Fedriani quienes recomiendan analizar a la comunidad y al desarrollo de la misma desde su **cotidianidad**, cuyo contexto se enmarca en su espacio social, sus variadas formas de empoderamiento a nivel local, sus percepciones, conflictos y efectos que motivan su dinámica estructural en su vida diaria.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Finalmente valorizando la teoría en sustento se puede concluir refiriendo que la sustancia y la esencia del desarrollo sin duda es la comunidad como elemento de valor intrínseco y propio que moldeará cualquier intervención en base a un proceso, un método o un programa, de esta manera tanto las ideas como las prácticas desarrolladas serán cada vez el concepto real de desarrollo comunitario, el mismo que se refleje en los sujetos de desarrollo, sus esperanzas de crecimiento y su mejora de condiciones sociales y económicas.

### **2.2 Estudio de la Asociación de Turismo Comunitario “El Colibrí”**

Conforme lo establece el tema de investigación propuesto, en adelante se considerará un análisis exhaustivo, enmarcado en el estudio de campo realizado bajo lineamientos metodológicos debidamente sustentados. La idea de este proceso se conjuga directamente con los objetivos trazados dentro del diseño de tesis, y que de manera general proponen primero evaluar el resultado obtenido del proyecto: “Generación de alternativas económicas para las y los jóvenes del Cantón Nabón, mediante el impulso del turismo y la cultura”, y en lo posterior medir las capacidades instaladas tanto en el nivel organizativo, como en el mejoramiento para la prestación de servicios y facilidades turísticas, de la experiencia en mención. Finalmente como se establece en el documento de respaldo la idea será establecer una propuesta que fortalezca el emprendimiento comunitario y promueva la dinamización de la oferta turística local existente.



### 2.2.1 Diseño Metodológico del estudio

El enfoque metodológico dentro del área del turismo es multidimensional, dependiendo mucho por sobre todo de, que es, lo que la línea de investigación propende medir y con qué finalidad pueden ser utilizados esos datos, por lo general existen variedad de experiencias, modelos y propuestas turísticas, todas diferentes, lo cual configura el uso y aplicación de diferentes parámetros, instrumentos y herramientas dependiendo de la tipología de turismo y por sobre todo el medio en el cual se desarrolla.

Observando dentro del mundo del turismo, al turismo comunitario como una tipología en crecimiento y más como un resultado de una intervención externa<sup>19</sup> es importante primero llegar a consolidar una perspectiva holística de todos y cada uno de los elementos que lo componen, es decir saber más sobre su organización comunitaria, conocer la apropiación de la cultura y de su medio, indagar sobre los líderes que existen y su nivel de liderazgo, su posible penetración en el mercado turístico y las características de la intervención externa.

Una vez considerados estos aspectos de importancia es posible deliberar instrumentos apropiados para su caracterización, puesta en valor y estructuración de posibles diagnósticos.

La idea del presente proceso investigativo es como ya se ha manifestado anteriormente, considerar la dinámica organizativa fruto de la inserción de un proceso de formación con una mirada hacia la conformación de unidades económicas productivas locales que generen acciones positivas a favor del tejido cultural del cantón y porque no decir de la región.

---

<sup>19</sup> Una intervención externa puede ser calificada como la encarnación de organismos internacionales, ONG's, instituciones religiosas, organizaciones indigenistas, académicas o el propio estado (Ballesteros y Fedriani, 2009).



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

La experiencia denominada “El Colibrí”, es entonces el resultado de lo que ahora se puede denominar como un proceso de intervención externa, es decir apoyado por la Cooperación Internacional (Unión Europea) y ejecutado por organismos locales (Waaponi, Innpulsar, GAD Municipal del Nabón).

En relación a los factores definidos anteriormente se genera una suerte de visión de conjunto que contiene la experiencia en estudio, lo cual nos conduce a plantearnos un **proceso metodológico de tipo cualitativo** ya que sus elementos se prestan para ser analizados y socializados, en función de sus variables, con la finalidad de dar a conocer la singularidad de los hechos ocurridos.

Adicionalmente el presente trabajo de investigación se adhiere a un modelo descriptivo, ya que lo que se busca es analizar ciertas situaciones reales por medio de interpretaciones correctas en base a resultados obtenidos.

Metodológicamente se contrasta también a través de la Investigación Acción Participativa, IAP, con la intención de producir conocimiento por medio de procesos de debate y construcción colectiva de saberes con sus agentes directos, a fin de actuar frente a las realidades sociales considerando para su transformación la voz, criterio y opinión de sus actores.

Según la Organización Mundial de Turismo, OMT, considera a dicho enfoque:

“una estrategia usada para responder a preguntas sobre los grupos, comunidades e interacciones humanas y tiene una finalidad descriptiva de los fenómenos de interés o predictiva de los fenómenos turísticos, o de los comportamientos humanos y su relación con el turismo” (Torres, 2009).

Los métodos resultantes considerados para este proceso de visitas in situ, por lo tanto lo conforman:



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Metodología	Método	Instrumento	Fecha de realización	Observaciones
Cualitativa	Análisis documental	Revisión de escritos (recopilación de información secundaria)	Enero, febrero y marzo de 2013	Revisión bibliográfica ampliada
	Entrevistas	Guía de preguntas (levantamiento de información primaria)	Mayo de 2013	Identificación de la muestra y gestión directa con entrevistados
	Focus Group	Taller comunitario	1 de Junio de 2013	Espacio participativo

### Cuadro No. 6

**Título:** Proceso metodológico para el estudio de campo de la Asociación de Turismo Comunitario “El Colibrí”.

**Autor:** Gerardo Alvarracín.

**Fuente:** Propia.

**Fecha:** 17 de Mayo de 2013

En función de la estructura planteada, como primer paso entonces se ha recurrido al análisis documental, de varios escritos, obras y trabajos asociados al tema en marcha y sobre diversas temáticas del desarrollo como base primordial del presente proceso académico. Lugares como centros de documentación, bibliotecas municipales, bibliotecas virtuales, y hasta bibliotecas personales han sido fuente única para revisar antecedentes bibliográficos y poder enrumbar el esquema teórico hasta consolidar una ruta documental guía que de luces y abra camino hacia nuestro viaje investigativo.

Como segunda etapa hemos despegado desde la perspectiva teórica hacia la práctica, considerando el segundo método que es el estudio de campo el cual contendrá el diseño, aprobación, realización y sistematización de entrevistas no estructuradas en base a un muestreo direccionado sobre



## **UNIVERSIDAD DE CUENCA**

un grupo social definido previamente, cuyos actores lo componen actores directos del proyecto en un número de cinco entrevistas divididas de la siguiente manera:



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

MATRIZ DE ENTREVISTAS - ACTORES DIRECTOS			
IDENTIFICACIÓN	FUNCIÓN	FECHA DE REALIZACIÓN	OBSERVACIONES
Sra. Rocío Ramón	Presidenta de la Asociación de Turismo Comunitario "El Colibrí de Nabón"	24 de mayo de 2013	Proceso trabajado bajo el modelo de Investigación Acción Participativa, IAP, a través de la utilización del formato de entrevistas no estructuradas.
Sra. Rebeca Ramón	Vocal de la Asociación de Turismo Comunitario	18 de mayo de 2013	
Sra. Digna Godoy	Integrante de la Asociación de Turismo Comunitario, (comisión de medicina ancestral)	18 de mayo de 2013	
Sr. Segundo Ramón	Integrante de la de la Asociación de Turismo Comunitario (comisión de hospedaje )	18 de mayo de 2013	
Srta. Lupe Guazha	Integrante de la de la Asociación de Turismo Comunitario (comisión guianza)	24 de mayo de 2013	

### Cuadro No. 7

**Título: Matriz de entrevistas – actores directos**

**Autor: Gerardo Alvarracín.**

**Fuente: Propia.**

**Fecha: 25 de Mayo de 2013**

Adicionalmente el trabajo de campo se compuso sobre la realización de un número de cinco entrevistas no estructuradas bajo el mismo tipo de muestreo con enfoque de grupo social, pero esta vez a actores indirectos, entre los que se encuentran:



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

MATRIZ DE ENTREVISTAS - ACTORES INDIRECTOS			
IDENTIFICACIÓN	FUNCIÓN	FECHA DE REALIZACIÓN	OBSERVACIONES
Srta. Tania Aguirre	Técnica del GAD Municipal de Nabón - Departamento de turismo. Coordinadora de la Mesa de Turismo del Cantón Nabón.	27 de mayo de 2013	Coordinación con actores de diferentes instituciones públicas y privadas que apoyan la actividad turística en el territorio.
Sra. Alexandra Ochoa	Técnica del Departamento de Gestión Social del GAD Municipal de Nabón.	27 de mayo de 2013	
Sr. Juan Cervantes	Coordinador del Proyecto de Turismo para jóvenes, Fundación Waaponi.	1 de julio de 2013	





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Ing. Fernando Pontón	Representante del Gobierno Provincial del Azuay - Gerente de la Empresa GPA TOURS Miembro activo de la Mesa de Turismo del Cantón Nabón.	27 de mayo de 2013	
Ing. Melva Mendieta	Ministerio de Industrias y Productividad, MIPRO - Técnica de los Centros de Emprendimientos Cantoniales de la Provincia del Azuay	10 de julio de 2013	

### **Cuadro No. 8**

**Título:** Matriz de entrevistas – actores indirectos.

**Autor:** Gerardo Alvarracín.

**Fuente:** Propia.

**Fecha:** 27 de Mayo de 2013

Una vez realizadas este conglomerado de entrevistas el siguiente paso fue proceder a su ordenamiento, sistematización y análisis de la información bajo el criterio de transcripción; este proceso constituyó de utilidad para conocer más de cerca información clara y precisa sobre actitudes, comportamientos, creencias, valores, sentimientos y aspiraciones hacia el emprendimiento turístico comunitario, así como también conocer el punto de vista desde quienes conforman los distintos organismos de apoyo y su criterio sobre el modelo turístico desarrollado localmente y su vinculación a

procesos de apoyo al fomento de la actividad turística, así también se logró conocer cuáles han sido y son hasta ahora sus aportes y sus objetivos desde sus diferentes aristas de trabajo, en función de mejorar las



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

experiencias vigentes y sus visiones sobre el manejo de la actividad turística a futuro.

Para consolidar la parte final dentro del esquema metodológico citado, el objetivo final radicó en involucrar a los agentes directos del proyecto (grupo de beneficiarios) dentro de la realización de un taller grupal denominado “focus group”<sup>20</sup>, el encuentro se lo realizó el día sábado 1 de junio de 2013 en horas de la mañana, en el salón de uso múltiple de la Comunidad de Cochaseca.

La finalidad fue el generar un espacio de recolección de información a través de la presentación y discusión de un conjunto de variables que fomenten el mejoramiento de su emprendimiento turístico comunitario y que conduzcan a construir colectivamente su modelo organizativo y su estructura socio económica de su asociación.

Las variables analizadas y comentadas dentro de este proceso metodológico fueron las siguientes:

- 1.- Análisis Pre – Proyecto.
- 2.- Modelo participativo (Mesa de Turismo y otros espacios).
- 3.- Diagnostico actual de las capacidades existentes.
- 4.- Determinación de Necesidades dentro del emprendimiento turístico comunitario.
- 5.- Percepción de Desarrollo Comunitario, organización y Buen Vivir.
- 6.- Perspectiva a futuro de la mano con el turismo comunitario.

Bajo este esquema en lo posterior se procederá a emitir criterios técnicos que aporten al mejoramiento de la experiencia de turismo, motivar a sus asociados a ser constantes en la realización de mejoras a los diferentes atractivos, promover futuras inversiones de carácter público y privado, mejorar estrategias de ventas y comercialización de sus productos turísticos y consolidar al emprendimiento como un modelo de éxito, pero todo ello con un proceso de formación previo de sus actores.

---

<sup>20</sup> El trabajo de campo ha sido grabado y editado, por lo cual el investigador anexará al final del presente trabajo, todos los respaldos digitales respectivos para valorar de mejor manera el estudio efectuado.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 2.2.2 Análisis de la Asociación de Turismo Comunitario “El Colibrí”

La composición del emprendimiento turístico comunitario tiene sus orígenes desde la instauración del Proyecto: “Generación de Alternativas Económicas para las y los jóvenes del Cantón Nabón, a través del impulso del turismo y la cultura”, evento hito que marca su nacimiento en diciembre de 2009 dentro del Cantón Nabón.

El equipo técnico<sup>21</sup> encargado de desarrollar el proyecto en su momento consideró la necesidad de implementar un primer acercamiento hacia los jóvenes del cantón Nabón de manera abierta y directa, ya que sin duda fue el segmento de la población del cantón en donde resaltaban aspectos como migración campo ciudad, migración internacional, problemas sociales, entre otros aspectos que no permitían que los jóvenes muestren sus capacidades y se consoliden como líderes y marquen su aporte en la toma de decisiones a favor de su futuro y de su localidad.

---

<sup>21</sup> Para la realización del proyecto en mención se recibió el aporte económico de la Unión Europea, las instituciones que aportaron y colaboraron en el desarrollo del mismo fueron El Gobierno Autónomo Municipal de Nabón, La Fundación Waaponi y la Incubadora de Empresas, INNPULSAR.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Es por ello que se ideó llevar adelante un estudio de línea base<sup>22</sup> para establecer con mayor certeza las necesidades que tenían los jóvenes en función de formarse y capacitarse en temas que les resulten útiles en su entorno, de fácil aplicabilidad en función de sus perfiles y los traduzcan en habilidades y capacidades personales.

El estudio de línea de base ejecutado, en su momento se lo elaboró en función del siguiente objetivo:

“Contar con una línea de base sobre las necesidades de formación y desarrollo de los jóvenes del cantón Nabón respecto a las posibilidades de fomentar y/o fortalecer emprendimientos turísticos y culturales, recopilando información sobre la realidad del territorio, de la población juvenil y de los potenciales beneficiarios” (Orellana, 2010).

La metodología con la que se elaboró dicho instrumento según sus autores determinó el siguiente esquema:

- a. Fuentes Secundarias: se revisarán fuentes secundarias en documentación generado por otros actores y/o instituciones.
- b. Fuentes Primarias: se realizarán entrevistas no estructuradas, observaciones participantes, reuniones y aplicación de cuestionarios que permitirán levantar información. Aquí es importante la identificación de líderes comunitarios, que permitan hacer el vínculo con los jóvenes (Orellana, 2010).

Con estos breves antecedentes se construyó la malla curricular y/o programa formativo como se lo catalogó, cuyos actores en conjunto fueron las organizaciones responsables, bajo sus líneas de acción: la Fundación Waaponi delimitó su accionar bajo la perspectiva del género y liderazgo; mientras que la Incubadora de Empresas, INNPULSAR promovió procesos de motivación al emprendimiento, desarrollo de ideas de negocios y toda la

---

<sup>22</sup> El estudio se denominó “Línea de base sobre necesidades de formación y desarrollo de emprendimientos relacionados con el turismo y la cultura”, fue desarrollado por el Psc. Elvis Orellana y la CPA. Melva Mendieta, como parte del equipo técnico del proyecto en el 2010.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

mallla curricular en temas de gestión empresarial y turística, por su parte del Gobierno Municipal del cantón Nabón colaboró activamente con personal técnico, instalaciones, equipamientos y facilidades para desarrollar de mejor manera el proceso.

### **1.4.1.1 Programa formativo para jóvenes**

La línea de base resultante tuvo como principal variable el indagar sobre necesidades de formación específicamente a grupos de jóvenes dentro de instituciones educativas de nivel secundario, así como también a grupos de jóvenes trabajadores pertenecientes a las cuatro parroquias del cantón entre las que cuentan Nabón centro cantonal, Cochapata, Las Nieves y el Progreso, de igual forma la información fue levantada en dos de sus cuatro comunas indígenas jurídicas como son Shiña y Chunazana y en algunas comunidades como Patadel, Rañas y La Paz.

Esta información derivó en la obtención de 45 diferentes tipos de sugerencias para ser tomados en cuenta dentro de los espacios de formación propuestos. Temas como: administración de empresas locales, contabilidad, artesanías, inglés, música, artes, teatro, cocina, entre otros fueron considerados para finalmente proponer un programa formativo que consolide la estructuración de un modelo que optimice los potenciales culturales y administrativos del cantón y estos a la vez se los refleje en el involucramiento constante de los jóvenes hacia espacios de concertación a través del modelo de gestión participativa que existe en el cantón.

En este sentido el objetivo del programa formativo fue:

“Brindar en la capacitación una oportunidad de obtener conocimientos de acciones básicas que les puedan ayudar a mejorar sus condiciones de vida en un corto plazo, generando espacios en los que los jóvenes puedan demostrar sus habilidades, destrezas y capacidades para asumir riesgos” (Orellana, 2010).



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

El modelo de planificación establecido promovió la realización de 16 talleres teórico – prácticos, desarrollados forma lúdica en base a técnicas de facilitación en función de las ideas, criterios y opiniones de los asistentes.

Cada taller tuvo como finalidad descubrir intereses y motivaciones de los jóvenes lo cual les permitiera ir forjándose como nuevos líderes dentro de sus núcleos sociales, así como también ir concibiendo modelos de negocios a partir de sus ideas, valores, tradiciones y costumbres.

Un elemento transversal durante el proceso formativo fue el incursionar sobre el desarrollo de un “perfil emprendedor”, en el cual se identificaron las ideas de negocios preliminares, la iniciativa, la innovación, visión empresarial y autoconfianza. Elementos que permitieron consolidar un perfil de competencias en función de las variables expuestas.



**Ilustración No. 16**  
**Título: Procesos de formación**  
**Fuente: Propia.**  
**Fecha: Mayo de 2011**



UNIVERSIDAD DE CUENCA

PROGRAMA FORMATIVO PARA LA COMUNIDAD DE COCHASECA		
No.	Temas	Nivel de Asistencia (personas)
1	LIDERAZGO	29
2	LIDERAZGO	13
3	GESTIÓN TURÍSTICA I	32
4	DESARROLLO PERSONAL	35
5	DESARROLLO PERSONAL	30
6	ENCUENTRO DE PARTICIPACIÓN	31
7	GESTIÓN TURÍSTICA II	32
8	FERIA DE EMPR. TURÍSTICOS	29
9	GESTIÓN EMPRESARIAL I	33
10	ENCUENTRO DE CULTURA	29
11	GESTIÓN EMPRESARIAL II	31
12	COMUNICACIÓN	31
13	MANEJO DE CONFLICTOS	28
14	SERVICIO AL CLIENTE	28
15	DESARROLLO PERSONAL	28
16	LIDERAZGO	28

Cuadro No. 9

Título: Malla curricular establecida para la comunidad de Cochaseca y su grupo de beneficiarios.

Autor: Gerardo Alvarracín.

Fuente: Archivo proyecto.

Fecha: 17 de Mayo de 2013

Este grupo de módulos se los desarrolló durante el 2010 hasta finales de 2011, cada uno de ellos abarcaba un objetivo predeterminado en el afán directo de formar perfiles con habilidades, conocimientos y destrezas para generar iniciativas económicas desde su ámbito local.

Para febrero de 2011, una vez terminada la primera fase del proceso formativo, en un taller ampliado en la Comunidad de Cochaseca se realiza lo que se catalogó como un primer “filtro” hacia el acercamiento y maduración de sus ideas de negocio, en el mencionado espacio la gente propone en



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

conjunto se considere entre otros aspectos su patrimonio natural, es decir la variedad de atractivos y recursos naturales que la comunidad posee, a más de sus recursos productivos como parcelas, sembríos y recursos hídricos de distintos tipos; para que estos puedan ser diagnosticados y puestos en valor para la realización de actividades relacionadas con el turismo. Con estas sugerencias a nivel de comunidad se comenzó a moldear dicha propuesta, a la vez se delinearon acciones inmediatas para conocer su riqueza natural y poder proponer como estos elementos pudieran ser valorados turísticamente.

El entusiasmo, el alto nivel de organización, el compromiso y el trabajo constante por plasmar en la realidad sus sueños se volvían cada vez más grandes, jornadas de formación, articulación de ideas, levantamiento de propuestas, trazado de rutas, iban fraguando cada vez una estructura más sólida pero a la vez dinámica entre los actores.

Como primer paso fue llegar a conocer a profundidad los tesoros escondidos de la comunidad e ir repensando rutas que pudieran atraer al turista local, nacional e inclusive internacional en base a sus gustos y preferencias, para ello se organizaron y se llevaron a cabo varias visitas por diferentes sectores inclusive se articuló rutas por comunidades cercanas a las cuales se les incentivó para que se incluyan en las mencionadas rutas en caso de que lo consideraran. Estas actividades se las desarrollaron entre abril y mayo de 2011.

Es importante mencionar que paralelamente a este proceso comunitario se gestaba también la construcción del Plan Estratégico de Turismo del Cantón Nabón como instrumento de gestión, planificación y ordenación de la actividad turística dentro del territorio, con la finalidad de transversalizarlo hacia los diferentes requerimientos de la población involucrada.





UNIVERSIDAD DE CUENCA



**Ilustración No. 17**

**Título:** Miembros de la Comunidad de Cochaseca y técnicos en recorridos e identificación de posibles rutas turísticas.

**Autor:** Gerardo Alvarracín.

**Fuente:** Propia.

**Fecha:** 04 de mayo de 2011

### **2.2.2.1 Diseño y trazado de rutas turísticas**

Hasta julio de 2011 las rutas turísticas fueron definidas y el instrumento que promovía su modelo de estructuración y financiación constituyó el denominado “Plan de Negocios”<sup>23</sup>.

---

<sup>23</sup> El Plan de negocios es un guía que establece las metas de la empresa, establece una visión general del mercado, analiza sus requerimientos de capital y considera un análisis financiero en función de la recuperación de su inversión.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

El Plan de negocios a nivel estructural promovió la consolidación de la “imagen corporativa” de la naciente iniciativa económica, bajo este criterio y con un enfoque global a nivel de la comunidad se diseñó el nombre, logo y slogan, considerando la siguiente apreciación de la comunidad involucrada:

*Singularmente la zona se caracteriza por la visita en época de verano (meses entre mayo hasta septiembre), de el Colibrí, una de las aves más pequeñas del planeta, la cual aprovecha las bondades del florecimiento de sus campos para alimentarse del néctar para su subsistencia. Fue precisamente con la cual la gente de Cochaseca decidió representarse ya que a decir de ellos es un símbolo propio del lugar.*



**Ilustración No. 18**

**Título:** Logotipo de la Asociación de Turismo Comunitario El Colibrí de Nabón.

**Autor:** Mathias Villacis (Equilibrio Estudio).

**Fuente:** Propia.

**Fecha:** julio de 2011



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 2.2.2.1 Paquetes turísticos ofertados

Considerando el modelo propuesto, el apoyo de la comunidad y los criterios técnicos, la organización de turismo puso en vitrina el desarrollo, ejecución y manejo de tres rutas turísticas al interior de su territorio, las mismas que se derivan en tres paquetes turísticos para diferentes tipos de segmentos de mercado y con variados enfoques, tal como se cita a continuación:

#### 2.2.2.1.1 Paquete No. 1 “Panorámicas del valle”

**Ruta:** La Paz - Purín - Trigopamba - Cochaseca (micro climas)

**Descripción:**

*Paquete turístico ubicado en las Parroquias Las Nieves y El Progreso del Cantón Nabón, el recorrido da inicio en la panamericana Sur vía Cuenca – Loja, a 71 Km de la ciudad de Cuenca desde la comunidad de La Paz hacia el atractivo turístico de Pichiquitasqui llamadas también las “5 cascadas”, se puede realizar el recorrido en cabalgata, bicicleta o caminando con una duración de 2 horas de duración aproximada. En el recorrido pintoresco se puede observar la producción de ganado característico de la zona fría localizada a 3100 msnm. Además si el cielo se encuentra despejado se puede admirar el valle de Yunguilla junto a los cantones de San Fernando, Girón y Santa Isabel.*



UNIVERSIDAD DE CUENCA



**Ilustración No. 19**

**Título:** Vista panorámica del Valle de Yunguilla.

**Autor:** Fabián Quito.

**Fuente:** Plan de Negocios de la Asociación de Turismo Comunitario “El Colibrí de Nabón”.

**Fecha:** julio de 2011

*Continuando con el recorrido desde las “5 cascadas” se recorre hasta la comunidad de Trigopamba lugar en donde se puede hacer una parada en los trapiches del Sr. Carlos Patiño y Sandra Ordoñez, allí se puede observar las costumbres y modos de vida de las personas que habitan la zona.*



**Ilustración No. 20**

**Título:** Trapiche artesanal

**Autor:** Fabián Quito

**Fuente:** Plan de Negocios de la Asociación de Turismo Comunitario “El Colibrí ”.

**Fecha:** julio de 2011



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

*Luego de esta interesante parada podemos llegar hasta la Loma de la Pucara, si el tiempo lo permite observaremos el Valle de Yunguilla, luego avanzaremos hasta la Comunidad de Cochaseca donde podremos conocer las granjas de producción agrícola y animales menores, además de participar con los habitantes de diferentes representaciones culturales y gastronómicas.*



**Ilustración No. 21**

**Título:** Tortillas de Harina de Trigo.

**Autor:** Fabián Quito.

**Fuente:** Plan de Negocios de la Asociación de Turismo Comunitario “El Colibrí de Nabón”.

**Fecha:** julio de 2011

*Al llegar la comunidad se podrá realizar la acomodación en las viviendas de las personas del sector, descansar un instante y prepararse para participar de actividades de la localidad y en la noche cultural observar las danzas típicas de la zona.*





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

*Al día siguiente se visitaran las granjas de producción agrícola y sus principales cultivos de hortalizas, legumbres, fresas, plantas medicinales, etc, además de participar de la cosecha, siembra, cuidado de los productos y animales menores. Más tarde se bajará hasta la cascada “Chorro Blanco”, en donde se podrá refrescarse y estar en contacto pleno con la naturaleza.*

*Luego de un almuerzo tradicional y una calurosa despedida se procederá al regreso.*

### Itinerario:

Horario	Actividad
Día 1	
08h00- 10h00	Recorrido desde la Paz hasta las 5 Cascadas (Pichitasqui)
10H00- 11H30	Visita de las cascadas y degustación de dulces tradicionales de la zona (refrigerio).
11h30 – 14h00	Recorrido y Almuerzo (pampamesa ) cerca de los trapiches del sector de Trigopamba.  Participar de la elaboración del “guarapo”.
14h00- 15h30	Recorrido y Visita la loma de la Pucara (representación de la cultura y actividades de ancestrales).
16h30 -18h00	Visita y guianza Cochaseca / Acomodación y descanso



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

19h00 – 20h00	Merienda
20h30 -22h00	Noche cultural
<b>Día 2</b>	
07h30 - 08h30	Desayuno
08h30 - 12h30	Visita y participación de las granjas y producción de animales menores
12h30 – 13h30	Almuerzo
13h30 – 16h00	Recorrido hacia la cascada denominada “Chorro Blanco”
16h00	Salida
<b>Precio por persona: \$ 35,00</b>	

### Cuadro No. 10

Título: Itinerario de visitas Paquete turístico 1

Autor: Asociación de Turismo Comunitario “El Colibrí de Nabón”.

Fuente: Plan de Negocios de la Asociación de Turismo Comunitario “El Colibrí de Nabón”.

Fecha: Julio de 2011.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Ruta:

**SENDERO TURÍSTICO – RUTA 1 – COCHASECA**

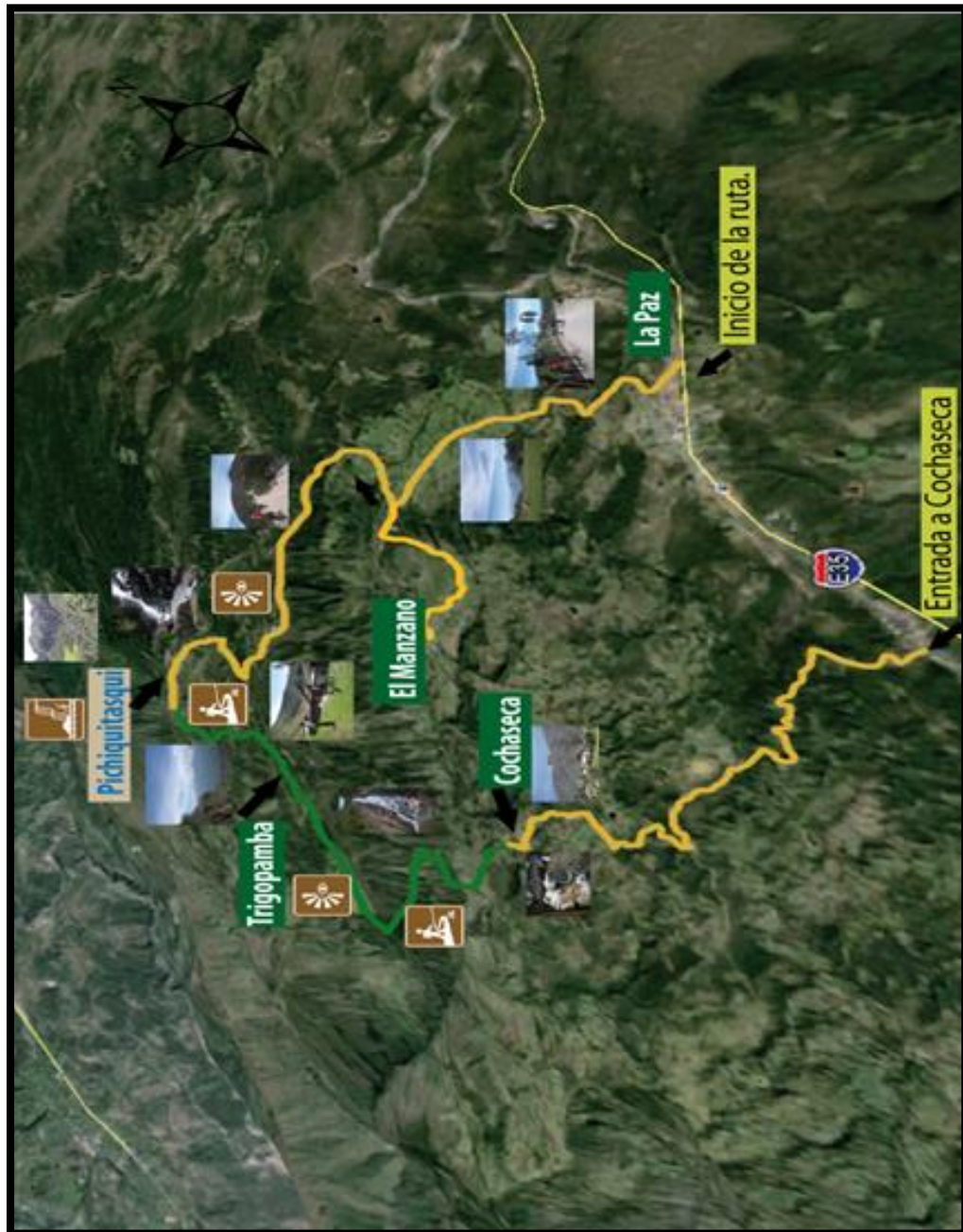


Ilustración No. 22  
Título: Sendero turístico – Ruta 1 – Cochaseca.  
Autor: Gerardo Alvarracín  
Fuente: Propia  
Fecha: 18 de mayo de 2013.





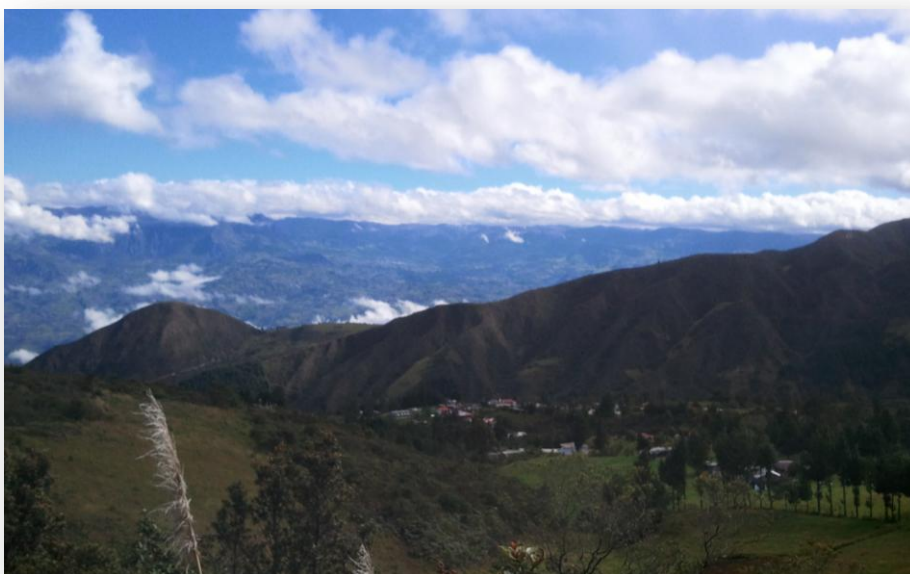
## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 2.2.2.1.2 Paquete No. 2 “Cochaseca Interno - excursiones”

**Ruta:** Comunidad de Cochaseca y alrededores.

**Descripción:**

*Paquete turístico que se caracteriza en su totalidad por la visita a la Comunidad de Cochaseca y sus alrededores, en la cual se podrá visitar las granjas de producción agrícola, llamadas también Unidades Agrícolas de Producción Familiar, UAPF's, en donde encontraremos cultivos como fresas, plantas medicinales, hortalizas, además la producción de cuyes, truchas, tilapia y carpas. Se conocerá también el modelo de gestión de las granjas de la comunidad. Se podrá realizar un recorrido por la zona, luego se visitará la cascada de Chorro Blanco y se degustará de una deliciosa “Pampa Mesa”.*



**Ilustración No. 23**

**Título:** Vista Panorámica de la Comunidad de Cochaseca.

**Autor:** Fabián Quito.

**Fuente:** Propia

**Fecha:** 18 de mayo de 2013.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### Itinerario:

Horario	Actividad
08h00 - 09h00	Llegada de los turistas, recibimiento y presentación de actividades.  Desayuno tradicional.
09h00-11h00	Visita las granjas de producción y modelos de gestión asociativa y participativa de la localidad
11h00 -13h30	Cochaseca y sus alrededores (aquí se puede elegir entre los siguientes lugares El Manzano, El Chorro Blanco, El Agua Salada, la Laguna Negra)
13h30 – 14h30	Almuerzo comunitario.
14h30	Despedida y Salida de los turistas.
Precio por persona: \$ 20,00	

#### Cuadro No. 11

Título: Itinerario de visitas paquete turístico 2.

Autor: Asociación de Turismo Comunitario “El Colibrí de Nabón”.

Fuente: Plan de Negocios de la Asociación de Turismo Comunitario “El Colibrí de Nabón”.

Fecha: Julio de 2011.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Ruta:

### SENDERO TURÍSTICO – RUTA 2 – COCHASECA



Ilustración No. 24

Título: Sendero turístico – Ruta 2 – Cochaseca.

Autor: Gerardo Alvarracín

Fuente: Propia

Fecha: 18 de mayo de 2013

#### 2.2.2.3 Paquete No. 3 “Altitud y formas de vida”

Ruta: Comunidades de La Paz, Cochaseca y Valle de Yunguilla.

#### Descripción:

*Se parte desde la Comunidad de La Paz con rumbo a las cinco cascadas se puede realizar en caminata o en bicicleta, durante el trayecto se tendrá un magnífico paisaje típico de la zona alta y observar el Valle de Yunguilla,*



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

*pasando por Cochaseca, La Pucara, además las formas de producción de ganado al llegar a las cinco cascadas.*

*En el camino se conocerá las cascadas escondidas de Nabón luego caminaremos hasta la población de Trigopamba donde conoceremos la forma de vida de la población y como las personas se adaptan al clima frío de la zona, luego iremos en descenso hasta la comunidad de Léntag donde se podrá admirar la producción de caña y el clima ha cambiado y con ello la forma de vida de los pobladores que tiene otra forma de producción, avanzaremos hasta el río Rircay y visita en una hostería del Valle de Yunguilla. La finalidad de esta ruta es conocer la diversidad de micro climas que existen durante el descenso, admirar paisajes únicos como la Cuenca del Río Jubones y su contraste geográfico, en el trayecto los modos de vida resultan también muy interesantes, por cuanto modos de producción son diferentes.*



### **Ilustración No. 25**

**Título:** Vista panorámica, al frente el Cantón Santa Isabel y la Cuenca del Río Jubones.

**Autor:** Fabián Quito.

**Fuente:** Propia

**Fecha:** 18 de mayo de 2013.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### Itinerario:

Horario	Actividad
<b>Día 1</b>	
08h00 - 10h00	Recibimiento de los turistas en la comunidad de la Paz Inicio de la camina o descenso en bicicleta
10h00-10h00	Visita las Cochaseca y refrigerio
11h00 -13h30	Inicio de la excursión.
13h30 – 17h30	Descenso al Valle de Yunguilla
17h30 – 18h00	Visita la población de Léntag y conocer su modo de vida
18h00 – 19h30	Visita y disfrute de las instalaciones de la hostería
19h30 – 20h30	Merienda
<b>Día 2</b>	
08h00	Desayuno
09h00 – 12h00	Retorno hasta la Comunidad de Cochaseca a Caballo



**UNIVERSIDAD DE CUENCA**

13h00	Almuerzo comunitario
15h00	Despedida y salida de visitantes
Precio por persona: \$ 35,00	

**Cuadro No. 12**

**Título:** Itinerario de visitas paquete turístico 3

**Autor:** Asociación de Turismo Comunitario “El Colibrí de Nabón”.

**Fuente:** Plan de Negocios de la Asociación de Turismo Comunitario “El Colibrí de Nabón”.

**Fecha:** Julio de 2011.





UNIVERSIDAD DE CUENCA

Ruta:

### SENDERO TURÍSTICO – RUTA 3 – COCHASECA



Ilustración No. 26

Título: Sendero turístico – Ruta 3 – Cochaseca.

Autor: Gerardo Alvarracín

Fuente: Propia

Fecha: 18 de mayo de 2013



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Es de importancia destacar entonces que los atractivos con los que cuenta la Comunidad de Cochaseca, en función de la dinámica turística que se ha empezado a generar, se ha convertido en una fuente de valorización hacia sus recursos naturales que sin duda son poseedores de una belleza única y muy valiosa; así también es importante destacar el talento de su gente, personas comprometidas con lograr su desarrollo personal, familiar y comunitario, herederos propios de una raigambre cultural hacia sus modos y estilos de vida, personas que son parte activa en la toma de decisiones y muy solidarios dentro del grupo humano al que pertenecen.

Citando a Max Neef, en este sentido se puede configurar el siguiente esquema teórico, en el cual se menciona que: “Las relaciones que se establecen entre las necesidades y sus satisfactores hacen posible construir una filosofía y una política de desarrollo auténticamente humanista” (Max Neef, 2010). Es decir más allá de modelar imaginarios únicamente capitalistas, se crea valor en satisfactores tales como la solidaridad, el reconocimiento y la gratitud, los mismos que si bien no crean riqueza económica, pero provocan bienestar y un ambiente donde se puede lograr un buen convivir.

### **2.2.2.1 Talento humano**

Como en todo proceso, el elemento humano es el factor más importante, la interacción con las personas favorece, el acercamiento hacia sus valores, saberes y conocimientos que todos ellos juntos conforman el talento humano más importante en su grupo.

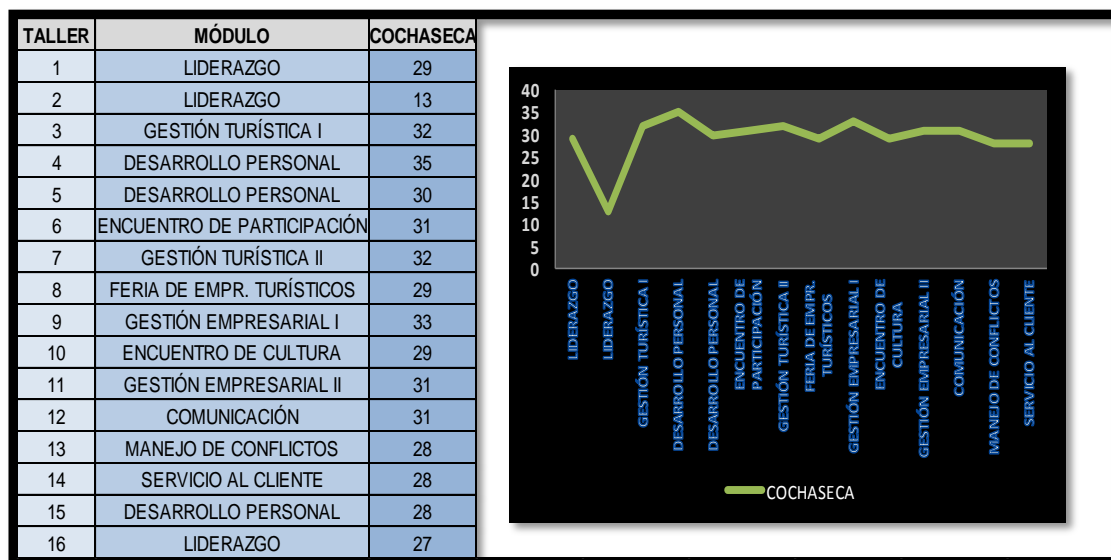
Datos en relación a los indicadores del proyecto sostiene que de principio se contó con un registro de 47 aspirantes al proceso (se consideran solo las personas de la comunidad en estudio y comunidades vecinas de la parroquia El Progreso), grupo del cual un promedio de 30 personas participaron





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

activamente en el desarrollo del proceso formativo. Esto se lo refleja en la siguiente gráfica:



**Cuadro No. 13**

**Título:** Nivel de asistencia a talleres de formación.

**Autor:** Equipo técnico del proyecto.

**Fuente:** Archivo del proyecto.

**Fecha:** 2011

Tal como se explica en el cuadro expuesto el nivel de asistencia promedio registrado fue de entre 28 a 30 participantes por cada uno de los talleres dictados, la administración y coordinación del proyecto consideraron como normal este nivel de deserción, ya que se lo justificó por diferentes razones que obedecieron a aspectos de tipo geográfico (por distancias), motivos personales, laborales, etc; entre otros los cuales marcaron una mínima deserción.

Cabe mencionar que este grupo humano lo componían en un mayor número personas de Cochaseca, pero también se contaba con el apoyo y presencia de personas de comunidades cercanas como es el caso de Trigopamba, El Manzano, El Molino y La Paz. De hecho todas las personas indistintamente del lugar al que pertenecían sumaban esfuerzos y apoyaban el emprendimiento comunitario.

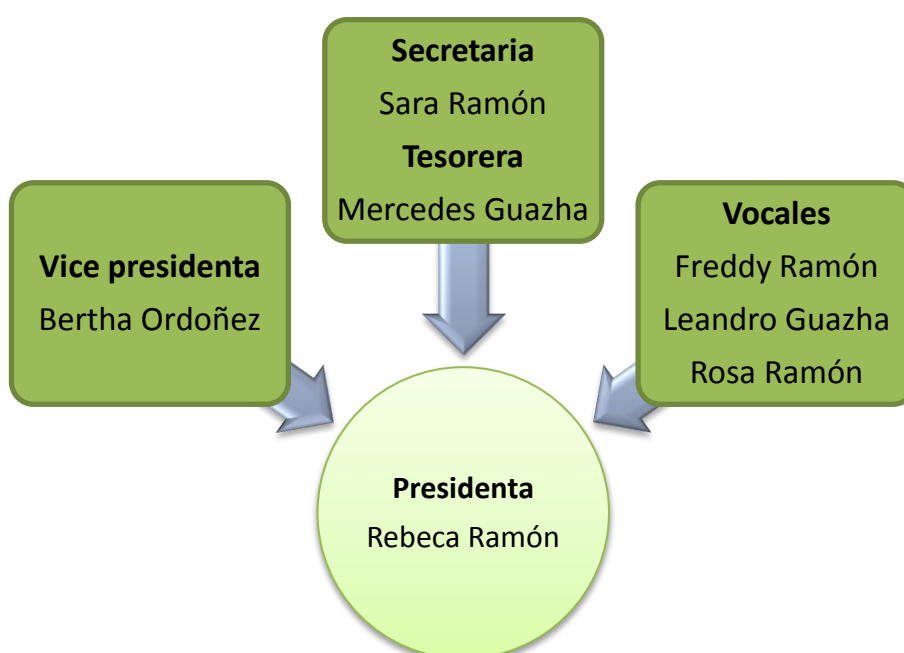


**UNIVERSIDAD DE CUENCA**



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Desde aquel momento fue necesario contar con una representación ante los diferentes espacios de socialización y trabajo, es por ello que en común acuerdo se decidió formar una directiva ya que las necesidades de ser representados eran muy necesarias para incentivar el nivel de gestión así como para coordinar acciones dentro del grupo asociativo. De esta manera quedó definido de la siguiente manera:



**Cuadro No. 14**

**Título:** Directiva de la Asociación de Turismo Comunitario "El Colibrí", 2011.

**Autor:** Equipo técnico del proyecto

**Fuente:** Datos del proyecto.

**Fecha:** 2011



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 2.2.2.2 Estrategias de comercialización

Como parte del apoyo interinstitucional, para octubre de 2011 se planificó un “Fam Trip”<sup>24</sup> o también llamado Viaje de Familiarización, evento que tuvo como finalidad lograr un acercamiento a los diferentes actores que manejan el turismo como una actividad de comercio y de gestión, a que conozcan la nueva propuesta local de turismo comunitario, para esto se contactó e invitó a representantes de agencias de viajes y operadoras locales; personas que apoyan el turismo desde entidades públicas y privadas como la Fundación Municipal Turismo para Cuenca, Mintur Cuenca, I – Tour Cuenca, Red Pakariñan, Universidad de Cuenca, Universidad del Azuay, Universidad Tecnológica América, Prefectura del Azuay, Gobierno Municipal de Nabón, Estudiantes de las carreras de turismo de las diferentes universidades.



<sup>24</sup> El Fam Trip o Viaje de Familiarización es organizado por agentes de turismo, con un itinerario estructurado, con el fin de permitirles “probar” el destino, y evaluar, en el destino mismo, los servicios y productos que se desea que los agentes promocionen y vendan a los turistas potenciales en sus respectivos mercados (Promperú, 2001).



## UNIVERSIDAD DE CUENCA



### Ilustración No. 27

**Título:** Invitación para Viaje de Familiarización.

**Autor:** Equipo técnico.

**Fuente:** Archivo proyecto

**Fecha:** 5 de Octubre de 2011

Con la incursión de un nuevo modelo hacia la vitrina del turismo, es importante recalcar una de las dimensiones que plantea Mantero, sobre lo que el determina como: “difundir y promover la actividad turística en función de la imagen de un producto que se le atribuye a la localidad y/o la comunidad” (Mantero, 2004). En esta línea se marca entonces, el deseo por promover y generar acciones conjuntas en pos de dar a conocer lo que dentro del cantón existe. Fruto de aquello el Gobierno Autónomo Municipal de Nabón creyó propicio el posicionar esta marca turística, por medio de estrategias de marketing tales como ejecutar la reproducción de material impreso, coordinar y desarrollar ferias turísticas dentro de sus festividades religiosas (mayo) y cívicas (julio), encuentros culturales, etc.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Por su parte el órgano responsable del proyecto creó boletines y medios impresos mensuales, publicitó rutas, atractivos, y variada información general bajo el título del proyecto. A la par de este conjunto de acciones la comunidad por su parte también tomó la iniciativa de publicitar su emprendimiento turístico comunitario y en base a mingas y con un trabajo articulado la comunidad consolidó actividades referentes a la implementación de señalización turística interna a nivel de senderos, atractivos y lugares específicos, para identificar de mejor manera sus rutas. El trabajo se lo realizó bajo coordinación de los técnicos del proyecto, para el mismo se utilizó material proveniente de la misma comunidad.

Más adelante el grupo de beneficiarios creyó conveniente la creación de una plataforma digital (página web<sup>25</sup>), en la cual la comunidad pueda administrar su propia información y establecer un vínculo permanente entre usuarios y visitantes por medio del espacio virtual, la empresa cuencana INSOFTE – Q<sup>26</sup> fue la encargada de diseñar y digitalizar este canal de comercialización, bajo la imagen turística que se proponía generar.



<sup>25</sup> [www.colibridenabon.com](http://www.colibridenabon.com)

<sup>26</sup> La empresa de software INSOFTE – Q es de propiedad del Ing. Patricio Maldonado y del Ing. César Ramos, sus oficinas se encuentran ubicadas en las calles Hermano Miguel y Presidente Córdova, en la ciudad de Cuenca.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Ilustración No. 28

Título: Personal de la Asociación en la preparación de señalética turística.

Autor: Gerardo Alvarracín.

Fuente: Propia.

Fecha: 15 de Enero de 2012

Sin embargo al finalizar el proceso de intervención del proyecto de cooperación (diciembre 2011), el espacio logrado en medios y divulgación del atractivo entró en una fase de recesión, los recursos se vieron limitados para la gente de la comunidad y por consiguiente el manejo de instrumentos de marketing experimentó un breve detenimiento, lo cual sin duda hasta la actualidad ha afectado a su estructura promocional.

Consecuentemente la interacción y gestión demandada de parte de las personas de la asociación en el marco de la Mesa de Turismo del cantón, fue clave para que el gobierno local fragüe una alianza estratégica junto a uno de sus actores como es el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincial del Azuay, el mismo que a su vez encargó el apoyo a su Empresa de Turismo denominada GPA TOUR<sup>27</sup>, la cual se encuentra hasta la actualidad bajo la dirección del Ing. Fernando Pontón, funcionario de dicha entidad. **(ANEXO 1).**

GPA TOUR, empresa provincial de economía mixta, en concordancia con sus objetivos de promoción y difusión de los atractivos turísticos a nivel provincial, ha brindado por lo tanto el contingente directo por medio de la Dirección de Turismo del Gobierno Local de Nabón a todas las iniciativas de carácter turístico del cantón, incluida “El Colibrí”, a través del auspicio de eventos que fomenten el impulso y la valorización de los diferentes atractivos, festividades, eventos y demás espacios de carácter social a nivel cantonal.

---

<sup>27</sup> El Objetivo general del GPA TOURS es promover el desarrollo turístico sostenible, de la provincia, bajo los principios de equidad social, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada, por medio de una empresa de economía mixta que logre incrementar los niveles de promoción del turismo a nivel nacional e internacional.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fruto de esta alianza estratégica el apoyo se ha traducido en la producción de material publicitario como: flyers, trípticos, posters, etc. El mismo que se lo promociona en las dependencias de la casa de gobierno municipal cantonal, en cada una de las experiencias de turismo del cantón, oficinas del I – Tour en la ciudad de Cuenca y dependencias del Gobierno Provincial del Azuay.



**Ilustración No. 29**

**Título: Logo GPA TOURS.**

**Autor: Gobierno Provincial del Azuay.**

**Fuente: GPA TOURS.**

**Fecha: 27 mayo de 2013**

En base de esta importante interacción promocional, el gobierno local municipal, también desarrolló una imagen que fortalezca su tejido cultural y festivo, no se debe dejar de mencionar que Nabón es el cantón con el mayor número de festividades de tipo cívicas, religiosas y culturales, las mismas que alcanzan un número aproximado de 300 en todo el año según datos obtenidos del Departamento de Planificación del GAD Municipal. Para ello se plasmó el siguiente arte publicitario con el fin de que las personas se interesen por descubrir los tesoros escondidos del cantón.





UNIVERSIDAD DE CUENCA



Ilustración No. 30

Título: Valla publicitaria del GAD Municipal del Cantón Nabón.

Autor: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Nabón.

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Nabón.

Fecha: 27 mayo de 2013

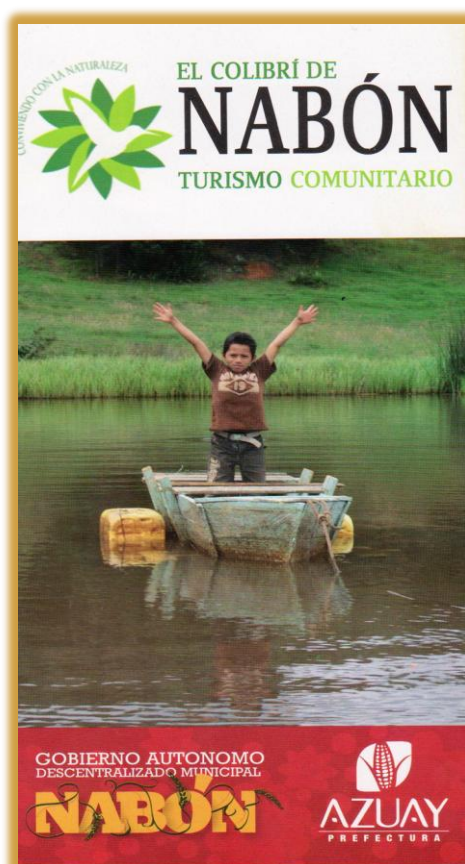


Ilustración No. 31

Título: Portada del material publicitario para la Asociación de Turismo Comunitario el Colibrí.

Autor: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Nabón y GPA TOURS.

Fuente: GPA TOURS

Fecha: 27 mayo de 2013



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

En base a lo expuesto respecto del modelo de gestión iniciado de parte de la comunidad de Cochaseca, Emilce Cammarata, en su estudio titulado: “El turismo como práctica social y su papel en la apropiación y consolidación del territorio”, afirma que: “el trabajo participativo con la sociedad local requiere de espacios de diálogo e intercambio para construir el camino de la gestión compartida entre los sectores públicos, privados y otras organizaciones no gubernamentales, en espacios donde se desarrollan sus actividades, aspiraciones e intereses” (Cammarata, 2006).

### **2.2.2.3 Marco legal de la asociación de turismo comunitario “El Colibrí”**

El propósito de consolidar el marco legal y protocolar para las comunidades que como actividad económica poseen al turismo comunitario se conjuga con lo referido al inicio del presente capítulo, al mencionarse al desarrollo “adjetivado” como “desarrollo endógeno” ó “desarrollo de abajo hacia arriba”.

Este desarrollo endógeno afirma Estrella, 2009, lo conforman todos aquellos recursos económicos, naturales, sociales, culturales, etc. que son propios de un territorio, por lo cual “el turismo se ha mostrado como un eficaz instrumento al servicio de los territorios, por ende la gestión de destinos contribuye al enriquecimiento de dicho territorio” (Estrella, 2009).

Como antecedente a los procesos de legalización de las organizaciones a nivel nacional, recurro nuevamente a Estrella, 2009, quién es su artículo “Turismo Comunitario, la gestión de destinos y el desarrollo local”, afirma que:



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

“... la lucha de las organizaciones indígenas por la legalización de sus operaciones ha vivido un largo proceso histórico y sobre todo jurídico, una de las más grandes aspiraciones comunitarias ha sido su legalización. Actualmente se encuentra vigencia el reglamento para el Registro de Centros de Turismo Comunitario, producto de un proceso muy grande de coordinación con varias organizaciones como el Ministerio de Turismo...” (Estrella, 2009).

Y dentro del mismo texto más adelante recomienda el Dr. Mateo Estrella, Ex Decano de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad de la Universidad de Cuenca, que:

“Los gestores turísticos y quienes manejan destinos deben ir más allá, pues deben realizar gestiones tendientes a conseguir no solamente reconocimiento y beneficios en las leyes generales de turismo sino que deben trabajar para que a nivel local en las municipalidades, consejos provinciales y juntas parroquiales se legisle a favor del turismo comunitario, además que se canalicen recursos para infraestructura primaria y secundaria” (Estrella, 2009).

Por tanto desde el mes de enero de 2013, gracias al apoyo brindado por el Gobierno Municipal del Nabón, la Asociación El Colibrí, junto a las otras dos asociaciones de turismo y artesanías respectivamente han iniciado su proceso de legalización ante los organismos competentes con el fin de establecerse en el marco formal conforme lo establece la Ley de Turismo de la República.

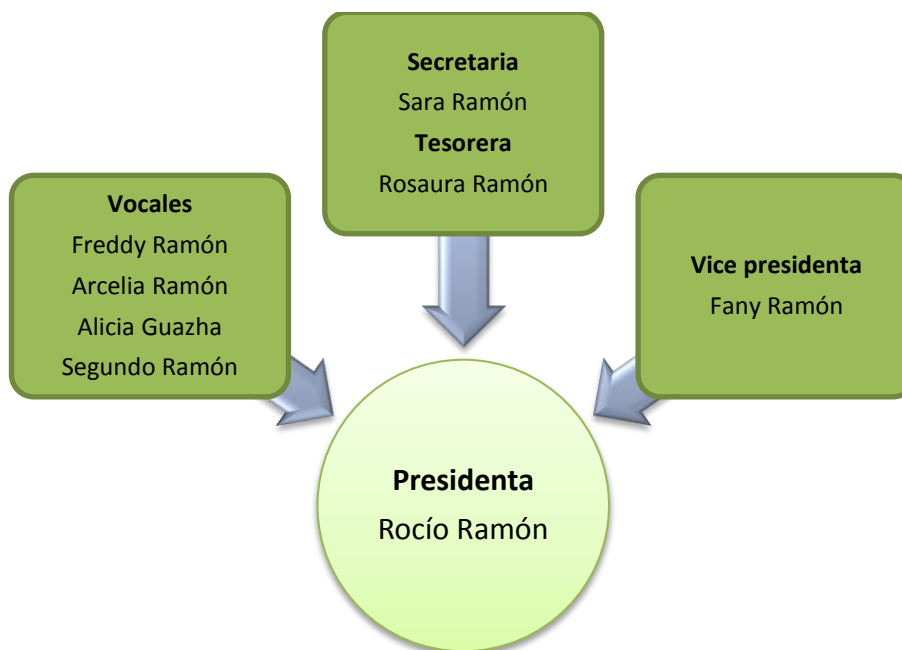
El primer paso efectuado ha sido la creación y consolidación de su marco regulatorio, a través de la respectiva Acta Constitutiva, instrumento legal que promueve la constitución de una entidad civil sin fines de lucro, que tiene como objeto dar a conocer a la población del Cantón Nabón, cantones vecinos, y aún de manera interprovincial los atractivos turísticos del sector, este instrumento se lo crea el 1 de abril de 2013. **(ANEXO 2).**



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Posteriormente queda establecida la nueva directiva de la Asociación de Turismo Comunitario “El Colibrí”, bajo el sistema de votación entre todos los asistentes como el grupo que representará y trabajará en función de las necesidades de la organización. **(ANEXO 3)**.

De esta manera la nueva directiva queda compuesta de la siguiente manera:



### Cuadro No. 15

Título: Directiva de la Asociación de Turismo Comunitario “El Colibrí”, 2013.

Autor: Gerardo Alvarracín.

Fuente: Departamento Legal del Gobierno Municipal del Cantón Nabón.

Fecha: 30 mayo de 2013.

Posteriormente se procede a la creación y legalización de los estatutos, documento que se lo trabajó en función de sus necesidades y bajo criterios de orden y respeto hacia su actividad, esta importante herramienta de gestión fue aprobada por la mayoría de sus socios entre el 13 y 20 de abril de 2013 ante el órgano jurídico del Gobierno Municipal. **(ANEXO 4)**.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Una vez consolidado el marco regulatorio de parte de los asociados el proceso de legalización se encuentra en trámite en la ciudad de Quito, en las dependencias de la respectiva cartera de estado, a la espera de recibir su acreditación para que la asociación ejerza su operatividad de manera directa en todos los espacios de promoción, relación con otras instituciones y demás acciones que conlleve su imagen legal.

Cabe mencionar que en la actualidad el emprendimiento turístico comunitario lo componen 22 personas de las cuales 17 personas son socios firmantes y 5 de ellos son socios no firmantes por ser menores de edad pero que mantienen una vinculación directa al turismo y a las actividades que allí se desarrollan.

### 2.2.2.4 Participación de la comunidad

El sueño de la comunidad es como ellos mismo lo califican por medio de una frase que como grupo de trabajo los identifica: *“queremos ver al colibrí volando”*; la idea conjugada con el sueño de observar que esta ave más allá de ser su símbolo sea su fuente de inspiración y motivación hacia sus metas, ha sido su principal arraigo comunal.

Es importante previamente mencionar que la asociación de turismo en estudio no se enmarca ni estructura dentro de las políticas de desarrollo de la comunidad, de hecho al ser esta una actividad de reciente incursión y creación se la ha considerado bajo un nuevo marco de constitución y gestión, el mismo que se lo manifestó con anterioridad –modelo asociativo-.

Por su parte el máximo órgano de regulación hasta antes de la consolidación de la experiencia de turismo, ha sido el Comité Pro mejoras y Desarrollo de Cochaseca, el mismo que goza de sustento legal y por el cual se han realizado las diferentes gestiones previa instauración del protocolo legal establecido.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

En todo este proceso de protocolización y consolidación sin duda el aporte humano ha jugado un papel muy importante, es decir calificado como participación de la sociedad como integrante activo del desarrollo de nuevas iniciativas, para ello Cammarata, define el siguiente postulado:

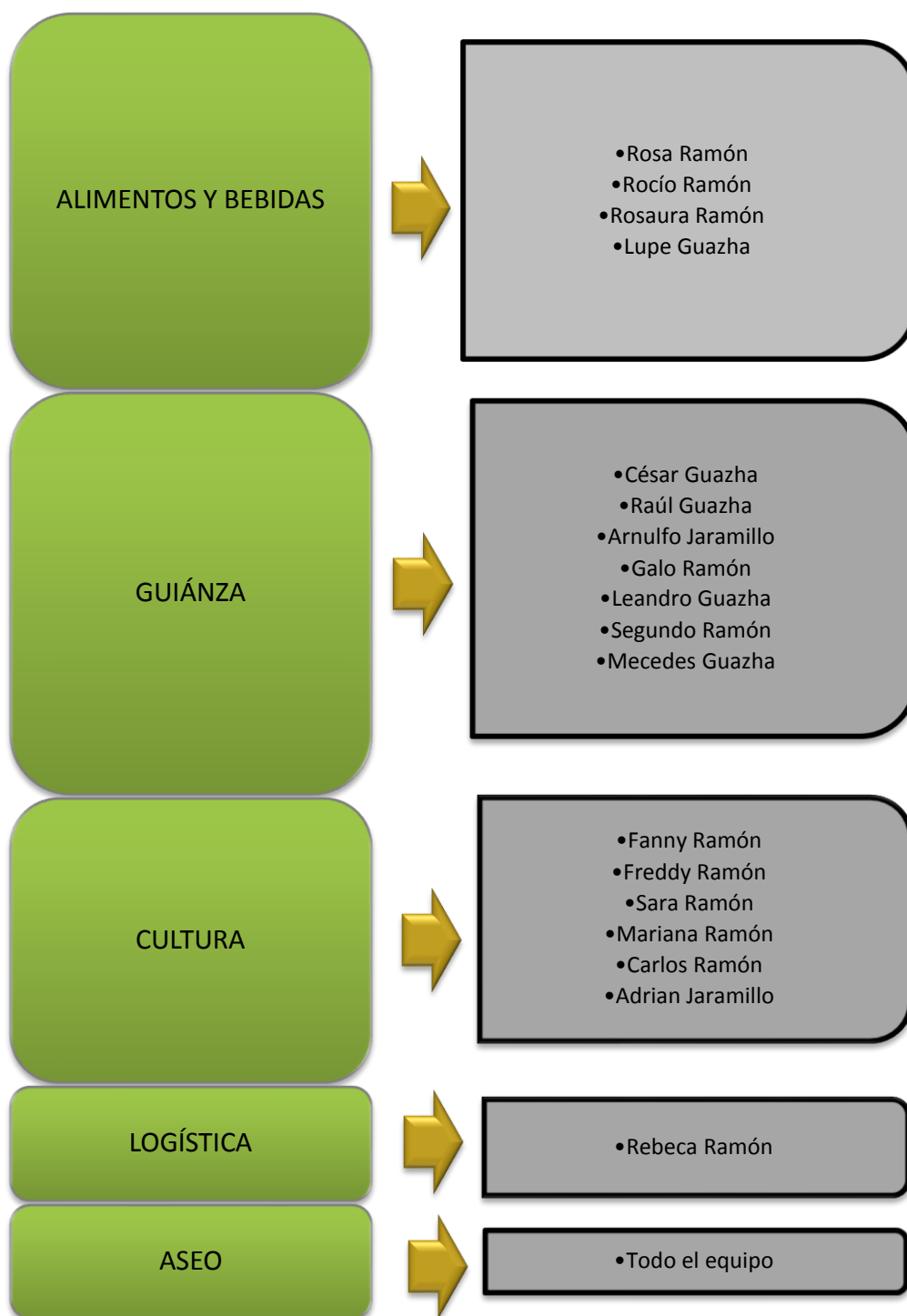
“...importa tener en cuenta a la sociedad local, que define y conoce históricamente los objetos, el tipo de relaciones y el grado de espacialidad o procesos de construcción social. Sus miembros unidos por un sentimiento de pertenencia y lazos de solidaridad, valorizan las prácticas sociales del territorio y recrean a través de la gestión colectiva del espacio, áreas y lugares de significación que están ligados al tema de la identidad, producto de una continuidad en el tiempo que vive conscientemente dicho grupo humano” (Cammarata, 2006).

Por lo tanto dentro del modelo asociativo la estructura organizativa al interior del emprendimiento turístico comunitario es de suma importancia dentro de lo que conlleva la adopción de roles y obligaciones, combinado exclusivamente con perfiles, gustos y preferencias de sus asociados.

Todos y cada uno de sus integrantes mantienen de esta forma asignaciones definidas al interior de su grupo asociativo para lograr la correcta provisión de servicios turísticos en cada una de las áreas pre establecidas, distribuidos por comisiones y compuestos de la siguiente manera:



UNIVERSIDAD DE CUENCA



Cuadro No. 16

Título: Comisiones de trabajo de la Asociación de Turismo Comunitario “El Colibrí”.

Autor: Gerardo Alvarracín.

Fuente: Asociación de Turismo Comunitario “El Colibrí”.

Fecha: 30 mayo de 2013.



### 2.2.3 Sistematización y puesta en valor de los instrumentos de investigación

Para ingresar al proceso de sistematización, interpretación y entrega de resultados, en función del trabajo de campo llevado a cabo, primero que todo se debe volver a indicar que el instrumento utilizado fue la estructuración, diseño y desarrollo de entrevistas de tipo no estructuradas, en función de la muestra de personas que fueron entrevistadas y del tipo de información que se requería obtener tomando en consideración el cuerpo de la investigación que se ha llevado adelante.

Antonio Alaminos<sup>28</sup> docente, investigador y moderador de técnicas de investigación de la Universidad de Alicante, en su documento “Elaboración, análisis e interpretación de encuestas, cuestionarios y escalas de opinión”, nos invita a determinar de mejor manera el muestreo para diferentes escenarios de estudio e investigación en función de lo que el objeto de estudio demande.

Tomando en consideración entonces el esquema de estudio, sus diferentes variantes de carácter estructural y su segmentación de actores, se ha llegado a dos conclusiones que se sustentan por una parte dentro de un muestreo probabilístico de tipo estructural, ya que los sujetos a los cuales se proyecta entrevistar forman parte de un todo, es decir que se encuentran “conectados por una relación específica”, es decir asociados directamente al proyecto de intervención, tanto en la línea de ejecución, tanto como grupo de beneficiarios.

---

<sup>28</sup> El Dr. Antonio Alaminos, fue catedrático de la Maestría en Desarrollo Local del PYDLOS, para tratar los temas de Métodos Cuantitativos y Cualitativos.





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Por otra parte el proceso de entrevistas se asocian al modelo muestral planteado como “grupo social definido de antemano”, según lo determina Flick, 2002.

En base a este esquema teórico propuesto, el trabajo de campo constituyó uno de los elementos de mayor importancia a la hora de destacar criterios reales desde las diferentes perspectivas una vez consolidado el aporte de cooperación, los logros alcanzados fruto del apoyo y el análisis de criterios no considerados, necesidades, puntos de vista y demás aseveraciones que alimentaron el objeto de investigación desde la óptica de sus actores tanto directos como indirectos.

SIGLAS	NOMBRE	EDAD	PROFESIÓN/ OCUPACIÓN	CATEGORÍA EN EL MARCO DE LA INVESTIGACIÓN
LISTADO DE ACTORES DIRECTOS				
RoR	Rocío Ramón	47	Agricultor	Beneficiarios del proyecto de cooperación – miembros de la Asociación de Turismo Comunitario “El Colibrí”.
ReR	Rebeca Ramón	30	Agricultor	
DG	Digna Godoy	55	Agricultor	
SR	Segundo Ramón	56	Agricultor	
LG	Lupe Guazha	24	Estudiante	



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

LISTADO DE ACTORES INDIRECTOS				
<b>TA</b>	Tania Aguirre	34	Serv. Público	Técnica municipal
<b>AO</b>	Alexandra Ochoa	44	Serv. Público	Dpto. Gestión Social
<b>JC</b>	Juan Cervantes	45	Licenciado	Director del proyecto
<b>FP</b>	Fernando Pontón	32	Ingeniero	Gerente GPA TOURS
<b>MM</b>	Melva Mendieta	29	Ingeniera, CPA	MIPRO

**Cuadro No. 17**  
**Título:** Ficha técnica de entrevistas.  
**Autor:** PYDLOS.  
**Fuente:** PYDLOS.  
**Fecha:** 3 Junio de 2013.

El trabajo de campo se lo efectuó exclusivamente por parte del alumno responsable del presente trabajo investigativo; para el caso de los actores directos se los visitó en su comunidad en días en los cuales se encontraban en sus domicilios, esto fue por lo regular los fines de semana una vez coordinado y planificada la visita. Preliminarmente se socializó el objetivo de la realización de las entrevistas y su aporte en el desarrollo de la misma. Por su parte las grabaciones se las llevaron a cabo en los predios de la casa comunal de la misma comunidad, en espacios de tiempo diferentes.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Para el caso de los actores indirectos se tuvo que establecer citas previas, en algunos casos por motivos de agenda y asuntos laborales fue difícil definir la localización de los informantes, sin embargo se establecieron formas y medios para abordar el tema y poder proceder a la realización del proceso de entrevistas.

### 2.2.3.1 Entrevistas

Con el objetivo de recoger ideas y percepciones desde diferentes ópticas y puntos de vista, el proceso de investigación de campo requirió del diseño, aplicación y sistematización de un formato de entrevista previo.

Considerando la naturaleza del caso de estudio y la multiplicidad de actores (estos se encuentran ubicados en zonas rurales, así como en zonas urbanas), el español Antonio Alaminos dentro de su artículo denominado “La Dinámica de la Interacción”, considera pertinente el uso y aplicación de un formato de cuestionario que obedezca a una entrevista de carácter **no estructurada**, con el fin de que la comunicación entre el entrevistador y el entrevistado se facilite y con ello se logre el obtener información precisa sobre el tema que se esté abordando.

Lo que facilitó el estudio de campo entre el personal de académico (estudiante investigador) y la sociedad (grupo de entrevistados), fue el uso del instrumento antes mencionado, así como la validación de la relación existente en términos origen social, lengua, dialecto, capacidad de comprensión, apreciación de datos y entorno social. Estos elementos según lo manifiesta Alaminos *“reduce las barreras a la comunicación y se puede prever que mejore la aceptación y la confianza”* (Alaminos, 2006).



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Por su parte el fraseo (wording) dentro de la estructura del cuestionario jugó un papel preponderante con el fin de que las preguntas influyan directamente en las respuestas de los entrevistados por medio de un ambiente de diálogo permanente, no ordenado, pero si con un objeto de estudio anteriormente definido.

El proceso de entrevistas se lo efectuó en función de la disponibilidad de tiempo del grupo de entrevistados, tomando en consideración sus horarios y en la mayoría de los casos estableciéndola previa cita. Es preciso mencionar que para cada entrevista se buscó un lugar adecuado y la interacción se la realizó solo con presencia del entrevistador y el entrevistado.

**De esta manera se han obtenido la siguiente información al respecto del tema en tratamiento:**

### 2.2.3.1.1 Sistematización de entrevistas a actores directos

**Entrevistado 1: Roció Ramón (Ro R)**

**Cargo:** Presidenta de la Asociación de Turismo Comunitario El Colibrí.

**¿Cuál ha sido la experiencia y aprendizaje que le ha dejado el proyecto?**

*Nos enseñó nuestros derechos como personas, como podemos vivir como grupos, relaciones humanas, además de trabajar con una misión y una visión.*

**¿Cree usted que la comunidad de Cochaseca posee una variedad de recursos que pudieran ser utilizados para el turismo?**

*Si existen valores tales como el talento humano.*

**¿Cómo se han involucrado como organización a la mesa de turismo?**

*Nos hemos involucrado siendo de la misma luego de ello planificando las actividades que se vayan a ir desarrollando y fijándonos metas.*



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

**¿Han sido parte activa de la mesa de planificación de turismo con el municipio de Nabón?**

*Si especialmente en las reuniones de la mesa y con las instituciones que trabajan en el cantón.*

**¿Cree que el grupo de trabajo de la organización tiene un sentido de pertenencia hacia la actividad turística?**

*Si se da este sentimiento ya que al momento de realizar las planificaciones es cuando se nota el empeño que pone cada uno con la finalidad de ir mejorando.*

**¿En qué medida cree usted que es necesario la planificación de actividades?**

*Es importante ya que la organización debe reestructurarse y mejorar sus actividades.*

**¿Cuáles han sido los medios publicitarios utilizados?**

*En el momento nuestra promoción se ha realizado mediante las recomendaciones de nuestros visitantes.*

**¿Considera que la forma de promoción actual sea una debilidad?**

*Si debido al descuido y la falta de conocimientos*

**¿Usted y los demás integrantes de la comunidad se consideran emprendedores?**

*Yo sí, porque dando gracias a Dios tenemos todo lo necesario para poder construir un emprendimiento.*

**¿Qué es ser un emprendedor?**

*Tener una misión una visión e ir construyendo metas para el futuro.*

**¿Qué es el turismo comunitario?**

*El turismo comunitario es lo más interesante para que todos los integrantes de la comunidad puedan ir construyendo parcelas, trabajando nuestras propias tierras y con ello no se de la migración.*

**¿Qué es el colibrí de Nabón para usted?**

*Es importante porque podemos distinguir la naturaleza y la diversidad que hay en nuestro territorio.*



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

**Entrevistado 2:** Rebeca Ramón (Re R)

**Cargo:** Vocal de la Asociación de Turismo Comunitario El Colibrí.

**¿Cuál ha sido el aprendizaje y la experiencia a nivel personal y grupal respecto al proyecto de turismo para jóvenes?**

*En lo personal ha sido una gran experiencia ya que me permitió conocerme como persona, como grupo nos ha permitido conocernos y estar unidos por más de dos años. Los talleres dictados por instituciones como Waaponi, Innpulzar y el municipio han sido de gran ayuda para nosotros.*

**¿Cree usted que la comunidad de Cochaseca posee una variedad de recursos que pudieran ser utilizados para el turismo?**

*Si se tiene y gracias a la ayuda de técnicos nos han permitido conocer la potencialidad turística.*

**¿Cuáles cree que podrían ser esos recursos con los que ustedes cuentan para el turismo?**

- *Cascadas*
- *Recursos humanos*
- *La Laguna negra*
- *Gastronomía*
- *Festividades*
- *Medicina ancestral*
- *Cultura*
- *Artesanías*



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### **¿Cuál ha sido su rol participativo dentro de los espacios de planificación por parte de las autoridades?**

*El municipio ha trabajado la mesa de turismo junto con tres asociaciones como el colibrí, Ucumari, y las artesanas, esto ha creado un espacio de planificación que se reúne el segundo miércoles cada dos meses y al comienzo de cada año se planifica las actividades anuales (POA).*

*Es decir si existe una participación activa en la mesa de turismo y en las actividades realizadas, esto ha permitido cumplir un 80% de lo planificado.*

### **¿Cree usted que el grupo de personas que componen la asociación el colibrí se encuentran plenamente familiarizados con el turismo?**

*Si nos encontramos familiarizados con el turismo pero no podemos decir que lo sabemos todo si no que nos falta una gran parte que gracias a las capacitaciones nos han ayudado en mucho.*

### **¿Cuáles son o han sido los nuevos talleres que han recibido luego de la intervención de la Unión Europea, nuevos espacios de capacitación?**

- *Guianza*
- *Planes de negocio*
- *Administración*
- *Gestión de riesgos*

### **¿Cuál es el significado de la expresión turismo consiente?**

*Poder ofrecer lo que yo tengo en mi comunidad, valorando y respetando a la naturaleza.*

### **¿En qué medida considera usted que planificar es importante para definir estrategias en cuanto al cuidado y conservación del territorio?**

*Si es importante para cuidar la flora y fauna, si no se planifica no se pudiera ofrecer un turismo sustentable.*

### **¿En el colibrí de Nabón ustedes han planificado el territorio en función de rutas y atractivos?**

*Si ya que hemos realizado un estudio técnico que nos ha mostrado la viabilidad y en función a ello se ha planificado.*



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### **Luego de la intervención del proyecto de turismo para jóvenes ¿cuáles han sido las formas de promoción?**

*Mediante personas que conocen el lugar nos han recomendado y se ha logrado obtener visitas.*

*No se está haciendo promoción mediante redes sociales ya que al no ser constituidos legalmente ha sido un limitante para poder hacer publicidad.*

### **¿Se consideran ustedes emprendedores?**

*Si nos consideramos emprendedores debido a que estamos realizando nuestro propio trabajo.*

### **¿Cuáles son las características que debe tener una persona emprendedora?**

- 1. Tener la idea de lo que se quiere hacer.*
- 2. Tomar la decisión de ser emprendedor.*
- 3. Poner en marcha la idea.*

### **¿Cree que el turismo comunitario es una oportunidad para emprender, de donde surgió la idea?**

*Nació con las ideas de varias personas de la comunidad además de la ideas brindadas por los capacitadores nos dimos cuenta que podíamos hacer turismo comunitario con los recursos que tenemos.*

### **¿Qué es el turismo comunitario para usted?**

*Es poder explotar y mostrar al turista lo que yo tengo, ofrecer hospedaje y hacer que el turista conviva con nosotros.*

### **¿Qué es el colibrí de Nabón para usted?**

*Para mí es una familia más, me ha dejado experiencias personales y pienso que es el futuro para mi familia.*

### **Entrevistado 3: Digna Godoy (DG)**

**Cargo:** Asociación Turismo Comunitario El Colibrí - medicina multicultural (ancestral) – Representante en la Mesa de Salud.

### **Experiencias recibidas del proyecto de turismo para jóvenes en el cantón Nabón**





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

*Muy buenas las experiencias, yo soy la de mayor edad aquí y pues se brinda apoyo a los más jóvenes como son mis hijas y todos los de la comunidad.*

### **Variedad de los recursos de Cochaseca para utilizarlos en el turismo comunitario**

*Tenemos casi de todo aquí, pues si tenemos una gran variedad de recursos.*

### **Proceso de planificación turística con las autoridades**

*Nos ayudaron mucho las personas del municipio, participamos también con ellos como grupo para poder salir adelante.*

### **Importancia de estos espacios de capacitación**

*Son muy buenos estos espacios porque gracias al turismo también podemos salir adelante.*

### **¿Cómo da a conocer a sus clientes de lo que pasa en Cochaseca?**

*Gracias a las invitaciones de lo que es Girón, Santa Isabel, San Fernando, Oña, Nabón, Cuenca y muchas otras partes del Ecuador.*



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

*Gracias al turismo muchas personas han llegado en busca de medicina natural, trabajamos conjuntamente con los doctores y si algo no podemos pues vamos con ellos.*

*Aparte de la Mesa de turismo también estoy formando parte de la Mesa de Salud<sup>29</sup> del Municipio que nos reunimos una vez al mes.*

### **¿Se considera una persona emprendedora?**

*Si soy una emprendedora, porque, dando gracias a Dios, tengo el don y conocimiento y con su apoyo he alcanzado mis sueños.*

### **¿Qué es el turismo comunitario?**

*Es ayudar a la comunidad, ayudar a los jóvenes a salir adelante. No queremos más migración.*

### **¿Qué es el Colibrí de Nabón?**

*Debemos ser como el colibrí que va de flor en flor, nosotros de caídas a levantadas.*

### **Entrevistado 4: Segundo Ramón (SR)**

**Cargo:** Asociación de Turismo Comunitario El Colibrí – Comisión de guianza.

### **¿Cómo percibe la oportunidad de incrementar los servicios en la organización?**

*La oportunidad es buena y existe, pero para implementar los nuevos servicios necesitamos capacitación en como brindar los mismos.*

**Luego de realizado el proyecto ¿Cree que los habitantes de la comunidad se quedaron familiarizados con lo que es el turismo comunitario?**

<sup>29</sup> La Mesa de Salud es otra instancia dentro del modelo de Gestión Participativa que lleva adelante el Gobierno Municipal del cantón Nabón, en el marco de su plan estratégico de desarrollo. El modelo basado en la participación de la ciudadanía tuvo sus inicios en el año 2000 a través de la Alianza con la Agencia Suiza para el Desarrollo y Cooperación, COSUDE.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

*Todos los habitantes estamos conscientes del turismo y existe la iniciativa de seguir adelante pero no se lo puede hacer debido a ciertos factores que lo impiden.*

**¿Cree usted que se debería establecer un modelo de planificación entre los habitantes y personas ajenas a la organización?**

*Sería importante porque permitiría el involucramiento de todas las personas con la organización.*

**¿Existe apoyo para la organización por parte de los habitantes de Cochaseca?**

*El principal apoyo se da por los integrantes de la organización, el apoyo de los demás integrantes existe pero en un campo menor.*

**¿Se consideran ustedes como emprendedores?**

*Si porque gracias a ello existe genera beneficios económicos para nuestras familias y para la comunidad en general.*

**¿Considera que la realización del turismo beneficia a las familias y la comunidad?**

*Existe beneficio para la comunidad y también para los sectores aledaños a nuestra comunidad*

**¿Qué es el turismo comunitario para usted?**

*Es la unión de personas de una comunidad, que realizan actividades propias del sector en busca al beneficio colectivo.*



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### ¿Qué significa para usted el colibrí de Nabón?

*Es la base fundamental para ser conocidos ante el entorno.*

#### **Entrevistado 5: Lupe Guazha (LG)**

**Cargo:** Asociación de Turismo Comunitario El Colibrí – Comisión de guianza.

#### **Conocimiento o acercamiento con el proyecto turismo para jóvenes**

*El proyecto de turismo es una opción para los jóvenes poder sobresalir aquí en nuestra comunidad, mediante las capacitaciones que nos impartieron nos motivamos.*

#### **Los recursos del Cantón Nabón ¿podrían ser utilizados para el turismo?**

*Sí, porque nosotros también como ya tenemos formada la organización estamos recibiendo turistas y siempre van saliendo más atractivos. Los nuevos recursos nos permiten potencializar el turismo en la comunidad como en el cantón.*

#### **Nuevos atractivos turísticos comunitarios**

- Artesanías
- Medicina ancestral (Como por ejemplo los baños de lodo)
- Pesca deportiva
- Paseo en la laguna en botes
- Cascada
- Cabalgata



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### **¿Cuál ha sido el rol participativo de ustedes los jóvenes en las instancias creadas por el municipio?**

*Hemos asistido a talleres de capacitación junto a técnicos que nos han abierto las puertas para continuar nuestra formación y lo que nos ha servido de motivación.*

*En la actualidad algunos compañeros se están capacitando en lo referente a obtener la certificación como guías turísticos.*

*Existe un espacio de preparación continua que nos permite motivarnos día a día.*

### **Relación de los jóvenes con el turismo comunitario.**

*Si existe relación de los jóvenes ya que al participar en los diferentes espacios culturales nos satisface el poder mostrar al turista lo que somos capaces de hacer.*

### **¿Sería bueno tener una planificación turística territorial?**

*El tener una buena planificación sería la base fundamental ya que nos ayudaría a tener una base general de las actividades a realizar cuando llega un paquete de turistas.*

### **¿Cómo han sido las estrategias de promoción y publicidad?**

*Las estrategias de promoción ha sido el boca a boca, existe debilidad en lo que es publicidad ya que además de no contar con los servicios necesarios como es el internet, los jóvenes aún no tenemos los conocimientos necesarios para la utilización de los mismos.*

*Existe una página web que no se está utilizando debido a falta de conocimientos y difícil acceso.*

### **¿Los jóvenes al pertenecer a la asociación de turismo se consideran emprendedores?**

*Sí, porque luego de recibir las capacitaciones me permitió iniciar mi propio emprendimiento.*



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### **¿Qué es el turismo comunitario para usted?**

*Para mí el turismo comunitario es convivir con los visitantes, compartir con la familia y la comunidad los valores que nosotros tenemos, además de compartir nuestras costumbres y tradiciones.*

### **¿Qué es el colibrí de Nabón para usted?**

*Es una asociación que nos motiva para seguir en adelante, es un sentimiento de alegría al escuchar que nosotros como jóvenes ayudamos con nuestras ideas y recordar de cómo estábamos en el pasado en comparación a la actualidad es una experiencia maravillosa.*



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 2.2.3.1.2 Sistematización de entrevistas actores indirectos

**Entrevistado 1:** Tania Aguirre (TA)

**Cargo:** Técnica de turismo del GAD Municipal de Nabón

#### **Diagnóstico del turismo generado en el Cantón**

*Dentro del cantón existe gran variedad de atractivos turísticos situados en las parroquias y comunidades, esto se ha potencializado mediante un estudio de un plan estratégico de turismo que se tiene para un periodo de 5 años.*

*Manejamos la mesa de turismo donde se potencializa los atractivos turísticos de Nabón, de esta forma se desarrolló el circuito turístico de Nabón.*

*El recorrido del circuito comienza en el cantón donde se recorre varios atractivos turísticos que nos ayudan a recuperar la tradición e historia del camino antiguo a Nabón, se recorre el centro histórico con sus casas coloniales que permitieron que Nabón sea declarado como patrimonio cultural de la nación.*

*Se visita los vestigios arqueológicos de Dumapara que es un asentamiento Cañari, se pasa por Cochapata donde se visita una asociación que se dedica a la preparación de "Horchata", en Ñamarin se visita la producción de tequila y luego se regresa por el parque del minero en Belén, en Charqui con los molinos de agua y se termina el recorrido en el jardín botánico (Orquideario).*

*El trabajo de la alcaldesa a permitido fomentar el turismo con lo que se ha incrementado el número de visitantes a Nabón.*



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

*También se está generando desarrollo económico en las comunidades con la gente que trabaja en artesanías, hace 10 años ya existe una asociación de artesanas que se involucran participando en diferentes ferias cantonales e interprovinciales que ayudan al desarrollo económico y que hace que la gente ya no salga del cantón.*

### **¿Cuáles pudieran ser otras experiencias con las que cuenta el cantón Nabón y que se venden a través del turismo?**

*Esto también se da en las parroquias.*

*Por ejemplo: El Progreso cuenta ya con la Asociación de Turismo de Ucumari, donde se puede encontrar balnearios y cascadas naturales además de la cueva de los murciélagos.*

*Asociación el colibrí de Cochaseca donde se muestra emprendimientos productivos como huertos ornamentales y donde también se está incrementando deportes extremos como ascenso y descenso en una cascada, cabalgata y se revive las tradiciones de la comunidad. Otra comunidad que está fomentando el turismo es Yacudel con deportes extremos y en lo intercultural.*

### **¿Cuáles son las asociaciones que están siendo ayudadas en su legalización?**

*Son cuatro asociaciones que trabajan en el ámbito de turismo y se encuentran ya en el proceso de legalización, se envió ya la primera propuesta al ministerio de turismo en Quito quienes no sugirieron hacer algunos cambios que ya fueron realizados.*

*Las organizaciones son:*

- *Turismo comunitario Ucumari*
- *Asociación el Colibrí de Cochaseca*
- *Asociación de turismo de Yacudel*
- *Asociación de artesanas del cantón Nabón*

*El apoyo que se les brinda como municipio es generar el desarrollo económico, por otro lado se les brinda capacitación y talleres, se tiene un*





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

*convenio con la Universidad de Cuenca en todo lo referente al centro de formación de talentos humanos. Se les capacita en temas como servicio y atención al cliente; rutas y circuitos turísticos; promoción y difusión.*

*En las mesas de turismo se da la planificación, esto se hace mediante la coordinación con todas las personas*

**¿Cuál ha sido la participación de la mesa de turismo a favor de la actividad turística en el cantón?**

*Lo que se ha hecho es tratar de mantener la mesa de turismo de una manera firme y en función a ello dar a conocer el turismo de nuestro cantón y así lanzarlo al mercado turístico, el apoyo de la gente ha estado presente pero falta el apoyo de las instituciones, donde cada una de las instituciones con sus responsabilidades nos puedan ayudar porque nosotros no podemos hacerlo solos, dentro de los que nos han estado apoyando se encuentra la prefectura del Azuay mediante la promoción, difusión y uniformes, también está el ministerio de turismo con lo referente a la carnetización de guías nativos y logren tener su certificación. Pero esto ha sido un proceso bastante demorado.*

**¿Cuál es la importancia que ha tenido la planificación dentro de la implementación de los planes?**

*Lo que se hace es preparar el POA, lo que nos ha permitido desarrollar las actividades según las fechas establecidas, también la planificación en la mesa de turismo se hace cada dos meses donde asisten todas las organizaciones involucradas, aquí lo que se hace es planificar como llegar al mercado turístico de la provincia y con miras al mercado nacional.*



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

**Se podría decir entonces que en la mesa de turismo la gente también gestione sus propios ingresos y todo lo referente al desarrollo de sus actividades.**

*Exactamente, y a pesar de las barreras los habitantes se han esmerado y continúan trabajando para mejorar la calidad de vida mediante el promocionar cada una de las comunidades, es por eso que se forma cada ruta y circuito turístico, llegando a las agencias operadoras donde entregar el material promocional de los diferentes paquetes turísticos.*

**¿Cómo considera que en Nabón se haya empezado a gestar una cultura artesanal por parte de los artesanos, jóvenes, entre otros?**

*Si debido a que su gente tiene el carisma y humildad con ganas de trabajar en su propio cantón para que los jóvenes no migren a otros lugares.*

*Cada asociación está emprendiendo su trabajo a una meta turística donde los visitantes valoren el trabajo que se etas haciendo.*

**¿Cómo se pudiera catalogar el ingreso del turismo rural en Nabón?**

*Antes era conocido como turismo comunitario hoy lo conocemos como prácticas que dan cada uno de los lugares y comunidades. Nabón está presentando todo lo referente al turismo rural comunitario con gente que esta presta y dispuesta a servir con este proceso.*

**¿Cómo pudiera catalogar el caso de turismo comunitario el Colibrí de Cochaseca?**

*Ha sido un proceso duro que gracias al esfuerzo de su gente emprendedora se ha logrado sacar adelante ya que quiere mostrar el rescate y trabajo de su comunidad mediante sus tradiciones y cultura dar la bienvenida a sus visitantes.*



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

*La gente siempre brinda todo lo que pueden ofrecer y hacer, nunca se han quedado con los brazos cruzados y de esa forma han ido progresando.*

**¿Cuáles son los lineamientos a seguir dentro del cantón Nabón cuando hablamos de generar una actividad turística pero apalancada en lo escrito dentro de la constitución de la república en lo referente al Plan del Buen Vivir?**

*Nos basamos en las leyes del COOTAD que se refieran a mejorar la calidad de vida mediante el Buen Vivir, estos lineamientos los estamos llevando desde las fuentes de agua con el “PLAN DEL AGUA”, contamos con un laboratorio para análisis de agua potable con lo que estamos garantizando la calidad de vida de los habitantes como de las personas que nos visitan.*

*En cada una de las comunidades tenemos establecidas las líneas a seguir con cada uno de sus productos.*

*Desde el plan estratégico el área de turismo está siendo explotada considerando que esto no nos compete sino es trabajo de las juntas parroquiales*

*En los próximos 5 años pretendemos ser uno de los cantones más conocidos de la provincia del Azuay en cuanto a temas de turismo.*

**Entrevistado 2:** Alexandra Ochoa (AO)

**Cargo:** Departamento de Gestión Social del GAD Municipal de Nabón.

### **Antecedentes del departamento**

*Nexo entre la sociedad civil y la institución (gobierno local), se trabaja con la gente a través del apoyo a los emprendimientos y esencialmente en el fortalecimiento de los grupos existentes como el colibrí de Nabón y otros, no solo en turismo sino en otros campos, siendo un eje transversal la participación ciudadana.*



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### **Camino a seguir en cuanto al apoyo de las instituciones**

*Se cuenta con una historia de procesos de hace 12 años, comenzamos enfocados en la inversión del ser humano que fue una propuesta iniciada en el 2000 y se da hasta la fecha. Enfocándonos en el campo del turismo esto se inicia en enero del 2013 ya que en administraciones anteriores esto lo hacia el departamento de desarrollo económico local y en función a toda la reestructuración dada en la instituciones permite el poder manejar el eje de turismo. Esto se venía trabajando dentro de la institución con lo que se refiere al fortalecimiento de los grupos y en la coordinación inter institucional que ha sido la fortaleza de donde se han obtenido los recursos para poder trabajar en los diferentes ejes estratégicos.*

### **¿Cuál es la potencialidad turística con la cual cuenta el cantón y en especial el proyecto turístico del colibrí?**

*Nosotros observamos un potencial bastante grande que se tiene que trabajar, y en función al caso del colibrí podemos decir que el potencial es a través de los emprendimientos productivos, no se puede hablar de un turismo basado en la naturaleza ya que existen otros lugares que tienen mayor diversidad, pero mediante la unión de la gente y los emprendimientos productivos se crea una fortaleza y lo más importante podemos adjuntar estos aspectos a la parte cultural y gracias a ello Nabón fue nombrado patrimonio cultural de la nación, es decir se da una articulación del desarrollo económico local con la parte cultural y la participación ciudadana lo que nos brinda una gestión del turismo integral.*

***La política de calidez vista como un modelo de gestión participativa crea espacios de socialización y de trabajo, siendo uno de ellos la mesa de turismo.***



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### **¿Cuál es el aporte que se brinda a la mesa de turismo para seguir fomentando este tipo de iniciativas?**

*La mesa de turismo son mesas de concertación donde se encuentran las organizaciones locales y las instituciones externas. Es observada como uno de los espacios más fuertes para poder mejorar la capacitación y la intervención de los diferentes grupos en especial el colibrí que es uno de los espacios más fuertes que se los están llevando en Nabón.*

### **¿Cómo se cataloga al departamento de desarrollo hacia los nuevos emprendimientos comunitarios desarrollados por la gente del cantón?**

*No se los cataloga sino se los valora, defiende y fortalece mediante procesos de participación ciudadana, mediante apoyo técnico de una manera intensiva y más no económico. Además se hace el nexo con las demás instituciones.*

### **Legalización de los grupos**

*Estamos al frente de la gestión para la legalización de las asociaciones.*

**Entrevistado 3: Juan Cervantes (JC)**

**Cargo: Director del Proyecto de Cooperación.**

### **Diagnóstico de las capacidades instaladas luego de la intervención del proyecto de cooperación.**

*Se parte de una iniciativa con el apoyo del Ministerio de Cultura inicialmente, en donde se detectó necesidades de formación en temas culturales relacionados al turismo. Posteriormente bajo la convocatoria realizada por la Unión Europea se definen seis posibles zonas de intervención dentro del cantón, para lo cual se considera a Cochaseca como uno de los sitios para trabajar en virtud de que es una zona bastante alejada del centro cantonal, pero a la vez posee varios elementos como el productivo y su gente que lo vuelven fuerte para poder iniciar un proceso de formación.*

*Se trata de una comunidad de más o menos 150 habitantes, de los cuales una vez que se realizó la convocatoria para sumarse al proceso de formación cerca de la mitad de sus pobladores acudieron al llamamiento.*



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

*Luego del proceso que duró dos años se fue viendo el avance que tuvo Cochaseca como destino turístico y más considerando sus grupos como el de la asociación de productores de fresas, el grupo de música y el surgimiento de nuevos sub emprendimientos como es el caso de la Sra. Digna con su aporte en la medicina ancestral.*

*Las capacidades que quedan son el fortalecimiento hacia el grupo de danza, el grupo de teatro, la hospedería con algunos recursos brindados, el apoyo hacia las personas de la cocina, el grupo de guianza, se crearon circuitos turísticos a través de sus senderos.*

### **¿Cómo mira el factor de desarrollo logrado asociado al Buen Vivir?**

*De por si existe una relación intrínseca que es “la posibilidad de ellos de unirse para ver los resultados en conjunto.” Ellos tienen en la comunidad muy bien estructurado sus niveles organizativos, cada quien conoce sus obligaciones y hacia dónde van.*

*Cochaseca es una comunidad muy unida, con relación al turismo y al buen vivir, el turismo va a aportar nuevos ingresos económicos que están fuera más allá de sus medios de producción que ya poseen, y por su puesto se vinculan a las mujeres y a los jóvenes como elemento social ante las nuevas tendencias de la sociedad y por su puesto una de las partes fundamentales es su desarrollo cultural, es decir conociéndose, sabiendo hacia donde van y como puede aportar a cada uno de estos espacios.*



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### **¿Cómo ve la Fundación Waaponi a la comunidad de Cochaseca?**

*La vemos como una comunidad fortalecida, que ha logrado entender y entenderse así mismo sabiendo cuáles son sus necesidades y sus objetivos a seguir, cuando se estuvo en el proceso fue la única comunidad o el único grupo de capacitación que sabían cuáles eran sus propósitos, cuáles eran sus necesidades y cuáles eran sus objetivos a cumplir, porque ellos desde sus propias necesidades sabían hacia donde debían ir.*

*Para nosotros Cochaseca es el ejemplo de grupo a desarrollar.*

### **¿El proceso de desarrollo turístico generado puede ser visto como un modelo a seguir a través de una cultura emprendedora sembrada en el cantón Nabón?**

*Yo pienso que sí, ya que los jóvenes quedaron con capacidades instaladas, ya la comunidad recibían visitantes, yo pienso que Cochaseca es un modelo a seguir en otros cantones que poseen recursos turísticos para ser explotados.*

### **¿Qué es el Colibrí de Nabón para usted?**

*Siempre se tuvo una relación muy linda con los jóvenes, para nosotros ellos fueron el ejemplo vivo de formas de explotación responsable, sostenible y sustentable de turismo, porque al ellos ganar en madurez, al reconocer sus recursos y darle un uso responsable generan un nuevo modelo de turismo. Es el grupo insigne de turismo dentro del cantón Nabón.*



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### **Entrevistado 4:** Ing. Fernando Pontón (FP)

**Cargo:** Gerente de la Empresa GPA TOUR del Gobierno Provincial del Azuay.

#### **Desarrollo comunitario y apoyo al turismo**

*Desde la prefectura del Azuay en el plan quinquenal siempre se tuvo en mente, principalmente el fomentar la economía social y solidaria a través de iniciativas productivas y económicas, de aquí nació la necesidad de crear una unidad de turismo en donde se implementó un proyecto con el propósito de articular el desarrollo económico y potencializar cada uno de los espacios y servicios turísticos que se podrían brindar dentro de las comunidades y parroquias de la provincia, entendiendo al turismo no como una fuente de ingreso únicamente para las grandes compañías organizadas sino también para todas las personas que están dentro del territorio y que pueden dar sus servicios, por ejemplo ellos pueden ayudar indicando frutas ancestrales, caminos ancestrales y que saben su historia.*

#### **Potencialidades turísticas del cantón Nabón**

*En el cantón Nabón hay algunos espacios turísticos como caminos de piedra que dan a cascadas y se hacen recorridos a caballo donde las personas pueden tener contacto con la naturaleza, también está la cultura que se podría dar a conocer, la gastronomía del sector y saber cómo se realizaba antiguamente la comida.*

#### **Apoyo público**

*En el sector público han existido ciertos espacios de poder que han hecho, desde la prefectura, que vayamos dejando de impulsar el tema turístico. Porque se nos han ido negando permisos, por el tema de competencias, también nos han dicho que el turismo no cabe dentro del desarrollo económico, y han hecho que los recursos sean limitados.*

*Pero aun así las personas se han asociado y así nacieron las asociaciones El Colibrí, de las Mujeres Artesanales y UCUMARI que han generado mayores alternativas y acciones de proyectos comunitarios.*





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

*A pesar de las dificultades si se ha venido gestando el apoyo, aunque reducido pero hemos estado apoyando a las diferentes asociaciones. Y se logró posicionar a la provincia del Azuay como un destino potencial de turismo.*

### **Relación del Buen Vivir con el Turismo**

*El Buen Vivir hace referencia a las necesidades de los ciudadanos necesitan para mejorar la vida, como servicios y propuestas de planificación y políticas públicas generadas desde los gobiernos autónomos descentralizados. El Buen Vivir debemos tenerlo como un estatus donde nosotros como ciudadanos podamos demandar a las entidades públicas la necesidad de poder crear estos espacios donde se pueda desarrollar actividades productivas, económicas y turísticas; y se pueda incentivar no sola la inversión sino también el apoyo de las entidades públicas con recursos, obras y con las facilidades que permitan desarrollar estas iniciativas en cada uno de los sectores.*

*El Buen Vivir está ligado al turismo como un modelo socioeconómico para que las familias involucradas encuentren y articulen acciones como para vivir bien y mejorar sus niveles de vida. Ellos al estar organizados pueden demandar mayores obras para la comunidad, y ya no existen intereses individuales sino que existen intereses comunes lo cual posibilita el acceso a mejores beneficios para la población.*



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### **Actividades aportadas**

*El año pasado se apoyó con señalización turística en el cantón Nabón, Girón, San Fernando; también se dio capacitación a los grupos asociativos, restaurant de la comunidad; se realizaron visitas técnicas para poder ayudar a identificar las potencialidades de cada uno de los sectores para identificar mejor el cómo poder aprovechar ese atractivo turístico; esto lo hicieron técnicos nuestros que son especializados en turismo y que les apoyaron mucho en la organización y sobre todo en el desarrollo de estas asociaciones.*

### **¿Existe en Nabón una cultura hacia el emprendimiento?**

*Sí, porque ya contamos con tres asociaciones conformadas que están generando ingresos propios y que han ido desarrollando nuevas alternativas de promocionar sus atractivos, mediante encadenamientos que han permitido que se aproveche la parte turística y también la parte económica que permite obtener ingresos ya que ofrecen diferentes servicios como alimentación, transporte, hospedaje. Estos son fuentes de empleo que se van desarrollando alrededor del sector turístico, la idea es que mediante el turismo se pueda generar nuevas alternativas de negocio que puedan generar ingresos para los habitantes del sector*

### **¿El Cantón Nabón tiene las características como para desarrollarse el turismo comunitario?**

*Sí, porque la geografía posibilita el tener espacios y encantos naturales que son atractivos para las personas que vienen de otros lugares, adicionalmente el contar con grupos que nos expliquen y nos hagan conocer la historia de cómo se han ido formando estos territorios. Si considero importante que se vaya promocionando cada uno de los territorios.*



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### **Líneas de acción del GPA TOURS**

*GPA TOURS se creó con el objetivo de poder fomentar la actividad turística en los cantones pero también poder articular con los operadores de turismo y que los turistas puedan visitar estos sectores.*

*También brindar capacitación turística y poder promocionar a la provincia del Azuay como un atractivo a nivel nacional mediante los programas que tiene la Prefectura.*

**Entrevistado 5:** Ing. Melva Mendieta (MM)

**Cargo:** Ministerio de Industrias y Productividad – Técnica de los Centros de Emprendimiento Cantonales.

**¿Cuáles han sido los factores que han llevado a la comunidad de Cochaseca a crear el emprendimiento denominado el Colibrí, y su aporte generado al desarrollo local?**

*Cuando se inició el proceso las ideas eran muy vagas, la gente lo quería hacer de forma individual, no se tenía una idea clara de lo que era el turismo comunitario; pero a través del proceso de capacitación en temas de liderazgo, asociatividad, trabajo en equipo, se llegó a concretar que una de las alternativas para generar ingresos era trabajar en turismo comunitario, pero que también este anexado a la parte productiva en cuanto a la producción de hortalizas, fresas incluso identificando los atractivos turísticos de la zona.*

*Este ha sido un proceso que ha durado alrededor de dos años y tomará mucho tiempo más por que las personas aparte de los conocimientos receptados, aparte de la cultura que tienen, aparte de la idea que tienen de vender el producto a los turistas necesitan conocimientos administrativos; para ello veo que necesitan de un administrador como una estrategia interna.*



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

*A eso se suma el tema del buen vivir, una cosa es vivir bien otra cosa es el concepto que todo el mundo está manejando, pero tenemos que ahondar más sobre qué es lo que la gente está viviendo, sintiendo dentro del turismo comunitario, nosotros lo vemos como participantes como turistas pero desde fuera, pero realmente lo importante es saber qué es lo que la gente está viviendo sintiendo desde adentro, ya que si bien nosotros podemos pagar por el servicio, pero el servicio pagado para ellos demanda muchas cosas como vestimenta, educación, salud, entonces manejar esos conceptos y diferenciarlos es muy amplio.*

**¿Usted cree que ha tenido resultado la mesa de turismo del Cantón Nabón?**

*Para mí la mesa de turismo es una experiencia que se la puede trabajar en cualquier gobierno local, pero si tenemos que definir o conciliar cual es el objetivo de la mesa. La mesa es una articulación en donde van todos los actores públicos y privados para fortalecer las diferentes actividades productivas que posee el cantón, pero si no se tiene claro cuál es el objetivo pueden venir muchas propuestas y nunca se va a concretar nada.*

*Las entidades públicas tienen objetivos específicos de fortalecimiento e incluso de financiamiento para apoyar a los emprendedores, pero los productores tienen necesidades específicas que en una mesa no se las puede concretar. Antes de iniciar un trabajo en la mesa de turismo se deberá hacer un diagnóstico del cantón para saber cuáles son sus vocaciones productivas, que es lo que está haciendo el cantón y en función de eso articularla a la mesa.*



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

**Bajo su punto de vista ¿Cuáles serían las necesidades por cubrir dentro del emprendimiento turístico comunitario de Cochaseca?**

- *La parte administrativa*
- *La infraestructura*
- *La vialidad*
- *La promoción y difusión (páginas web, operadores turísticos)*
- *Incorporar nuevas modalidades de servicios para diversificar su oferta*

**¿Qué sentimientos le acercan a la comunidad de Cochaseca?**

*La gente tiene mucho afán en lograr sus objetivos, la gente ha aprendido, se ha preparado, todos estos factores han incidido en la mejora de la calidad de vida de las personas.*



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 2.2.3.2 Focus Group (Grupo Focal)

Considerando el aporte personal dentro del proceso de investigación de campo, se estableció una “entrevista de grupo” o “grupo focal”, es decir se planificó el reunir a un determinado número de personas en función de un conjunto de características predefinidas (miembros de la Asociación de Turismo Comunitario “El Colibrí”), las cuales van de la mano con el tratamiento e información del proceso de intervención del proyecto de cooperación. **(ANEXO 5).**

La técnica desarrollada se la ejecutó considerando criterios técnicos en la formulación y construcción de un grupo focal, directamente asociada a las personas que forman parte del mencionado quórum, bajo un ambiente de grupo en el cual pudiesen exponer y escuchar de mejor manera criterios y opiniones personales, y por lo tanto lo cual les permita hablar con mayor libertad sobre una temática especial, bajo el lineamiento de ciertos objetivos y variables que moderen el tema en específico.

Los objetivos que se establecieron para este espacio fueron los siguientes:

#### 2.2.3.2.1 Objetivo General

*Conocer la percepción de las personas integrantes de la Asociación de Turismo Comunitario “El Colibrí”, luego de haberse realizado el proyecto turístico y como este impacto en sus vidas.*



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 2.2.3.2.2 Objetivos Específicos

- *Determinar la percepción del turismo desde una mirada comunitaria y personal.*
- *Indagar sobre las necesidades aún existentes para el proyecto.*
- *Definir estrategias futuras para mejorar el nivel de organización.*
- *Fomentar un plan para el posicionamiento de nuevos productos turísticos de la zona.*

### 2.2.3.2.3 Variables estudiadas

En función de la planeación estratégica establecida, se propusieron un grupo de variables a ser discutidas y con las cuales se buscó establecer un marco de percepción grupal, sobre aspectos de relevancia en función de la actividad turística que se viene desarrollando en la zona.

Las variables tratadas en el mencionado espacio fueron las siguientes:

GRUPO FOCAL	
GRUPO DE VARIABLES	1.- Análisis situacional Pre – Proyecto.
	2.- Modelo participativo (Mesa de Turismo y otros espacios participativos).
	3.- Diagnostico actual de las capacidades existentes.
	4.- Determinación de necesidades dentro del emprendimiento turístico comunitario.
	5.- Percepción de Desarrollo Comunitario, Organizacional y “Buen Vivir”.
	6.- Perspectiva a futuro de la mano con el turismo comunitario.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

2.2.3.2.4 Tratamiento de variables

**VARIABLE 1**  
**ANÁLISIS PRE – PROYECTO**

Hombres	Mujeres
Migración a la ciudad Trabajo fuera de la comunidad Trabajo en extracción de madera	Labores domesticas Producción agrícola
<b>Organizaciones existentes</b> Club Social y Deportivo 10 de Agosto Asociación de fresas Comités barriales Guardería Cajas de ahorro y crédito	
<b>Observaciones</b> No tenían expectativas futuras Visión ajena a la comunidad No existía involucramiento en la comunidad	

Cuadro No. 18  
Título: Matriz para análisis de variable 1.  
Autor: Gerardo Alvarracín.  
Fuente: Propia.  
Fecha: 3 Junio de 2013.





UNIVERSIDAD DE CUENCA

## VARIABLE 2

### MODELO PARTICIPATIVO (MESA DE TURISMO Y OTROS ESPACIOS)

#### Actividades desarrolladas

Talleres de capacitación y participación

Mesas de participación

Elaboración de Proyectos

Evaluaciones

Generar roles de liderazgo

#### Capacidades personales desarrolladas

Perder el miedo escénico

Atención al cliente/visitante

Mejor socialización de ideas

Desarrollo académico

Aprendizaje mediante experiencias

Incremento de autoestima personal

La mujer paso del rol de ama de casa a dirigente comunitaria

Utilización de tecnologías

Apoyo a las asociaciones

Asimilación del concepto de mejora continúa

Desarrollo de actividades culturales: música, danza, actuación, etc.

Planificación

Cuadro No. 19

Título: Matriz para análisis de variable 2.

Autor: Gerardo Alvarracín.

Fuente: Propia.

Fecha: 3 Junio de 2013.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

### **VARIABLE 3**

## **DIAGNÓSTICO ACTUAL DE LAS CAPACIDADES EXISTENTES**

---

#### **Actividades personales**

Guías locales  
Trasmitir conocimientos, experiencias  
Aplicación de conocimientos recibidos  
Fomentar el liderazgo a las nuevas generaciones  
Escenarios culturales  
Gastronomía  
Contactos con el turista

#### **Observaciones**

Tener al turismo como fuente del desarrollo comunitario  
Creación de fuentes de trabajo  
Valorar la mano de obra local  
Se redujo el índice de migración en busca de trabajo  
Asimilación de una serie de valores por parte de todos los habitantes; tales como:  
amabilidad, respeto, puntualidad entre otros.  
Incremento y diversificación en la producción agrícola.  
Dar a conocer al turista la variedad de productos y actividades que se pueden dar en la comunidad.

**Cuadro No. 20**  
**Título: Matriz para análisis de variable 3.**  
**Autor: Gerardo Alvarracín.**  
**Fuente: Propia.**  
**Fecha: 3 Junio de 2013.**



UNIVERSIDAD DE CUENCA

## VARIABLE 4

### DETERMINACIÓN DE NECESIDADES DENTRO DEL EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO COMUNITARIO

---

#### Necesidades personales

Nuevas Capacitaciones en temas como:

- 📌 Atención al cliente
- 📌 Formación y manejo grupos de trabajo
- 📌 Talleres sobre cultura, artes musicales y actuación
- 📌 Certificaciones guías nativos

#### Necesidades de infraestructura del emprendimiento

Adecuaciones para la cocina  
Señalización turística  
Mejorar infraestructura para senderos  
Implementación de cabañas  
Implementación de puentes  
Botes para la laguna  
Adecuaciones para hospedaje  
Equipos para amplificación  
Espacio específico para eventos y presentaciones  
Equipamiento para deportes de aventura como: Cannopy  
Ascenso y descenso de montaña  
Mejora de la accesibilidad

#### Otras necesidades

Promoción y publicidad  
Nuevos canales de distribución del servicio  
Actualización de Página web  
Alianzas estratégicas con operadoras y agencias de turismo  
Acceso a créditos productivos  
Vestuario para guías y demás empleados  
Legalización del centro turístico

---

Cuadro No. 21

Título: Matriz para análisis de variable 4.

Autor: Gerardo Alvarracín.

Fuente: Propia.

Fecha: 3 Junio de 2013.



**UNIVERSIDAD DE CUENCA**

## **VARIABLE 5 DESARROLLO COMUNITARIO Y BUEN VIVIR**

### **Desarrollo Comunitario**

Comienza con el desarrollo personal y termina en el cumplimiento de metas  
Integración familiar y comunitaria  
Se lo puede lograr mediante la planificación para crear nuevas fuentes de trabajo  
Tener nuevos ingresos  
No migración a la ciudad  
Tener organizaciones sólidas y bien establecidas  
Trabajar para la comunidad  
Ampliar la diversificación de productos cultivados en la zona  
Mediante la unión de todas las personas de la comunidad  
Establecer una misión, visión y fortalecer el cumplimiento de objetivos  
Involucrar a la comunidad y al entorno  
Analizar y desarrollar proyectos agroecológicos  
Determinar problemas organizacionales y superarlos

### **Buen Vivir**

Dejar a un lado el egoísmo  
Contar con una buena salud  
Tener una economía sustentable  
Valorar los recursos naturales existentes y no contaminarlos  
Mejorar condiciones de vida  
Vivir en armonía con la comunidad y la familia  
Dedicar los esfuerzos personales al trabajo comunitario  
Ser buenos emprendedores  
Crear un ambiente de paz tanto personal y con el prójimo  
Unión de esfuerzos para fomentar el cultivo de plantas saludables  
Repartición equitativa de tareas y beneficios  
Tener una visión encaminada a un mejor futuro familiar y comunitario

**Cuadro No. 22**

**Título: Matriz para análisis de variable 5.**

**Autor: Gerardo Alvarracín.**

**Fuente: Propia.**

**Fecha: 3 Junio de 2013.**



UNIVERSIDAD DE CUENCA

**VARIABLE 6**  
**PERSPECTIVA A FUTURO DE LA MANO CON EL TURISMO**

---

Incrementar el paquete de servicios  
Mayor diversificación productiva  
Trabajar juntos y en familia  
Hacer alianzas estratégicas con otras comunidades  
Mejorar adecuaciones  
Incrementar ventas  
Estar la comunidad en marcada al concepto del “Buen Vivir”  
Involucramiento de todos los habitantes de la comunidad  
Estar legalizados como organización  
Ser reconocidos por las instituciones  
Incrementar la cartera de clientes  
Tener un posicionamiento de mercado y ampliar el mismo  
Estar mejor preparados todos los integrantes de la organización  
Ser nuestros propios jefes  
Tener más gente asociada

**CONCLUSIÓN**

Generar acciones  
Satisfacer necesidades  
Fortalecer la organización  
Crear un compromiso más fuerte ante la asociación  
Canalizar nuevas propuestas

**Cuadro No. 23**  
**Título: Matriz para análisis de variable 6.**  
**Autor: Gerardo Alvarracín.**  
**Fuente: Propia.**  
**Fecha: 3 Junio de 2013.**



## 2.2.4 Análisis FODA

La matriz FODA se plantea como una herramienta de análisis estratégico, considerando los ambientes interno y externo sobre la realidad situacional del emprendimiento comunitario en estudio, con la finalidad de definir líneas prioritarias de acción en favor de su estructura socio económica.

AMBIENTE INTERNO	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"><li>Alto nivel organizativo (clubes, comités, asociaciones, organizaciones, etc).</li><li>Capacitación y mejora continua.</li><li>Participación activa de la gente.</li><li>Capacidad de liderazgo y gestión de proyectos.</li><li>Autoestima personal.</li><li>Inserción de la mujer en procesos de formación y nuevos roles de desempeño.</li><li>Desarrollo de actividades culturales.</li><li>Gastronomía variada.</li><li>Conservación de valores.</li><li>Amplio sentido de pertenencia hacia lo logrado.</li><li>Planificación constante.</li><li>Creatividad e innovación de la gente.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Migración campo ciudad.</li><li>Falta de certificación a guías nativos.</li><li>Procesos de capacitación en temas específicos (cocina, artes visuales, ingles).</li><li>Falta de una red de “señalética” externa e interna.</li><li>Infraestructura no adecuada para asentamiento de servicios de alimentos y bebidas y senderismos.</li><li>No se cuenta con equipos técnicos especializados para la realización de deportes extremos.</li><li>Falta de canales de distribución</li><li>Falta de alianzas estratégicas.</li></ul>



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### AMBIENTE EXTERNO

#### OPORTUNIDADES

- 📌 Turismo una oportunidad para el desarrollo comunitario.
- 📌 Valoración de la mano de obra existente.
- 📌 Incremento y diversificación de la producción agrícola.
- 📌 Dar a conocer la oferta turística local (GAD Municipal).
- 📌 Proceso de legalización de la asociación en marcha.
- 📌 Apoyo de instituciones con visión de turismo (Programa del Buen Vivir Rural).
- 📌 Diversificación continua de la oferta turística.
- 📌 Lograr un posicionamiento a nivel local y provincial.

#### AMENAZAS

- 📌 Extracción de madera de pino con fines comerciales.
- 📌 Llegada de inversiones externas con fines turísticos dentro del cantón.
- 📌 Accesibilidad (la vía de acceso constituye uno de sus principales limitantes).
- 📌 Posible prohibición de acceso a fuentes y recursos hídricos.

**Cuadro No. 24**  
**Título: Matriz FODA.**  
**Autor: Gerardo Alvarracín.**  
**Fuente: Propia.**  
**Fecha: 2 Julio de 2013**



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 2.2.4.1 Percepciones a cerca del Buen Vivir

Los llamados estados de bienestar europeos desde la mitad del siglo XX posterior a la segunda guerra mundial crean un “acuerdo político”, por medio del cual la sociedad es adherida a una corriente capitalista, a través del cual los diferentes estados ejercen representación, ofrecen servicios sociales y brindan protección social. Este llamado acuerdo político se fundamenta en cinco pilares o factores explicativos entre los cuales se citan: la industrialización, los intereses, las instituciones, las ideas y las ideologías; que vienen a ser vertebras que convergen en el ya conocido y ansiado modelo de crecimiento económico (Gough, 2007). Este proceso de industrialización ha llevado a que varios territorios (países), en su afán de generar incentivos económicos, si bien han logrado mejoras sociales y de cambio también no es menos cierto que hayan entrado en un fenómeno de “desruralización”<sup>30</sup> es decir haber roto sus modos de producción rústica y haber provocado la desaparición de sus comunidades rurales.

En el caso de nuestro país esta corriente ha sido contrarrestada bajo lo que muchos conciben como el “paradigma” de generar un nuevo modelo de vida a través del “Buen Vivir”, es decir como lo describe Navas y Gomezcoello: “...pasar de un modelo Capitalista, Neoliberal basados en la acumulación de riqueza, el poder de consumo, de manera individual, en donde prima el egoísmo, el hacernos ricos ahora, sin importar a quienes perjudiquemos, cuanto dejamos para las nuevas generaciones, etc.” (Navas y Gomezcoello. 2012).

---

<sup>30</sup> El libro “Repensando el desarrollo rural”, publicado en 2006 por la Universidad Autónoma de México, conceptualiza al término desruralización como: “el fenómeno por el cual el capital y el estado desarrollan estrategias de acumulación originaria para desestructurar el régimen de producción rústica”.





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

El estado de creación de un marco conceptual en el cual se propongan ideas que rompan el paradigma dominante y se plasmen por medio de la inserción de criterios, propuestas y variables desde las comunidades forman parte del conglomerado de saberes y conocimientos que poseen las personas dentro de sus asentamientos territoriales, es decir contribuciones y aportaciones que provengan desde los ciudadanos todos.

José María Tortosa en su artículo: “Vivir Bien, Buen Vivir: caminar con los dos pies”, publicado en la Revista de Ciencias Sociales, Obets, afirma que: “Los contenidos del Buen Vivir fluctúan de un autor a otro y de una tradición cultural a otra y parece que el camino para llegar a una definición aceptada por todos va a ser largo” (José María Tortosa, 2011).

Retomando a Navas y Gomezcoello, en relación al Buen Vivir se definen una serie de ideas que pueden ayudar a concebir de mejor manera el entretejido de postulados a cerca de esta nueva concepción territorial, entre las ideas se pueden citar las siguientes:

“El - Buen Vivir - es un concepto complejo, como lo es el ser humano. Sin que esto signifique que es complicado, sino que tiene muchas aristas y que estas son dinámicas, es decir no existe recetas de aplicación, como nos ha hecho creer el capitalismo”.

Opinan también que:

“La visión del - Buen Vivir -, se asocia con el concepto de - Vida Plena -, con seres humanos felices, libres a su interior y exterior, seres humanos que aman, orgullosos de su identidad, personas dignas con oportunidades en su tierra, etc. en total armonía con el prójimo, la naturaleza y de manera comunitaria” (Navas y Gomezcoello. 2012).



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

La idea radica entonces en destacar la importancia de dicha construcción teórica, pero cimentando las ideas y postulados ya descritos, es decir ir generando resultados previos en base a la estructura que hasta ahora ya se encuentra definida e ir comparando si verdaderamente se puede lograr una vida feliz con la familia en medio de la sociedad y la naturaleza, o simplemente dejan de ser enunciados para adornar discursos y esquemas teóricos.

En paralelo a la presente línea de investigación se ha generado una serie de discusiones dentro del trabajo de campo *in situ* con la comunidad receptora y anfitriones que componen la Asociación de Turismo Comunitario “El Colibrí” para indagar si la corriente del vivir bien les es común a su cotidianidad o aún es una utopía atribuida tan solo a modelos exitosos.


Como resultado es importante destacar una modesta plataforma conceptual generada desde este grupo humano asociativo, los cuales a través de la práctica del turismo comunitario proponen una oportunidad para construir colectivamente una nueva forma de vida, considerando de manera principal sus derechos sociales y ambientales, pero a la vez generando una conciencia de respeto entre su colectivo social, respetando su espacio de vida: la naturaleza, sus saberes, prácticas y conocimientos intrínsecos.

El estudio de la intervención del turismo conjugado con la dinámica del Desarrollo Comunitario como pilar de estudio, en el marco del proceso investigativo realizado con los actores que componen esta interesante experiencia social, sus líderes y representantes, ayudan a proponer ciertos acercamientos a lo que la gente de la Comunidad de Cochaseca consideran pueden ser elementos importantes que transversalicen con los objetivos del Sumak Kawsay.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Por lo tanto las apreciaciones de las personas con las cuales se ha llevado adelante este proceso han sido las siguientes:

<b>APORTES A LA CONSTRUCCIÓN DEL BUEN VIVIR DESDE LA ASOCIACIÓN DE TURISMO COMUNITARIO “EL COLIBRÍ”</b>	
	
<b>CONCEPTUALIZACIONES DESDE LA COMUNIDAD</b>	<i>“Vivir en armonía con la comunidad y la familia”</i>
	<i>“Valorar los recursos naturales existentes y no contaminarlos”</i>
	<i>“Dedicar los esfuerzos personales al trabajo comunitario”</i>
	<i>“Tener una economía sustentable”</i>
	<i>“Mejorar condiciones de vida”</i>
	<i>“Unión de esfuerzos para fomentar el cultivo de plantas saludables”</i>
	<i>“Repartición equitativa de tareas y beneficios”</i>
	<i>“Contar con una buena salud”</i>
	<i>“Ser buenos emprendedores”</i>
	<i>“Crear un ambiente de paz tanto personal y con el prójimo”</i>
	<i>“Dejar a un lado el egoísmo”</i>
	<i>“Tener una visión encaminada a un mejor futuro familiar y comunitario”</i>

Cuadro No. 25

Título: Aportes a la construcción del Buen Vivir desde la Asociación de Turismo Comunitario “El Colibrí”.

Autor: Gerardo Alvarracín.

Fuente: Propia.

Fecha: 2 Julio de 2013



UNIVERSIDAD DE CUENCA

### **CAPÍTULO 3**

#### **PROPUESTA PARA SU FORTALECIMIENTO**

***Pensar globalmente y actuar localmente para  
favorecer un desarrollo sostenible que nos  
sirva para mejorar nuestro bienestar y calidad de  
vida para posicionarnos en un mundo global  
(Ministerio de Ambiente Vivienda y Desarrollo  
Territorial de Colombia, 2010).***

### **3. Introducción**

Con la inserción y consolidación de nuevas vías e instrumentos dentro del orden mundial, varias han sido las potencialidades logradas como la comunicación, las tecnologías, el libre flujo del sistema financiero, la comercialización, entre otros elementos de interés, que si bien han ayudado a consolidar un nuevo e interesante sistema de orden económico y social, también no es menos cierto que han sido el foco generador de elementos de desigualdad y marginación hacia culturas y sociedades menos avanzadas, generando por lo tanto un desarrollo no armónico y desigualitario.

Sin embargo en medio de este proceso denominado por varios autores como “globalizador”, es importante tener en cuenta las capacidades, habilidades y destrezas de ciertos territorios que hasta hace poco resultaron ser parte de esa marginación, y que hoy son parte dentro de la creación, fortalecimiento y canalización de iniciativas económicas locales como una posibilidad para estimular una dinámica en bien de sus habitantes promoviendo la creación de pequeñas unidades económicas alternativas en función de un mercado con una demanda creciente.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Por otra parte es curioso saber que dentro de esas pequeñas unidades territoriales (caso de estudio), a la par del fenómeno globalizador se ha generado un sentido de reconocimiento, identificación y valoración hacia la amplia gama de legados históricos y tradicionales y que hoy son valorados por medio de la actividad turística como un instrumento de gestión dentro del territorio.

En este sentido es importante destacar desde un breve análisis territorial en marcado en lo antes mencionado en el que: “lo turístico hace referencia a los procesos por los que se transforman unos entornos territoriales con la finalidad fundamental de producir, vender y consumir servicios y bienes que producen placer a sus visitantes, ya sean turistas, excursionistas o residentes temporales” (Vera, 1997).

En relación al caso en estudio es preciso considerar además que la actividad turística, generada por determinadas prácticas sociales, se puede concebir como un medio, antes que como fin, es decir que existe en forma complementaria con otras actividades sociales y económicas. Esto podría coadyuvar en un cambio hacia otros niveles de desarrollo de la población local, a través del intercambio y la cultura que se genera, a través de los ingresos que se perciben y de algunos otros beneficios inducidos.

A este punto es importante, entonces comenzar a delinear acciones en favor de este tipo de fomento socio económico, con la finalidad de que la Comunidad de Cochaseca se convierta en parte activa de la gestión de su territorio promoviendo el posicionamiento de sus productos y servicios turísticos más representativos, a través de la demarcación de su nivel productivo, denotando por sobre todo la calidad de sus servicios y exponiendo la creatividad e innovación con la cual se compone su oferta turística local.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### **3.1 Propuesta para el fortalecimiento de la Asociación de Turismo Comunitario “El Colibrí”**

Con la instauración del modelo de Desarrollo Económico dentro del cantón Nabón a partir del año 2003, en el cual se consideraban únicamente las aristas de Producción y Empleo hasta ese entonces, fue de importancia el estar apoyado por el denominado “Proyecto Nabón” apoyado por la COSUDE; a partir del 2007 y con el aval del Plan de Desarrollo Local de Nabón 2007 – 2012 y bajo las estructuras orgánicas correspondientes se crea oficialmente la Mesa de Desarrollo Económico, por medio de la Jefatura del mismo nombre.

Entre otras obligaciones la Mesa de Desarrollo Económico tiene la suficiente autoridad para: “ser el ente facilitador de procesos de iniciativas locales de emprendimientos productivos, y de esta manera dinamizar la economía de Nabón”

Paralelamente a estos procesos participativos durante el 2008 se llevó adelante la construcción del “Programa de Articulación de Redes Territoriales” por parte de PNUD (ART/PNUD) en el Azuay, en el marco del desarrollo del “Plan Participativo de Desarrollo de Azuay”, en el cual quedaron definidos las prioridades de desarrollo territorial, entre las que figuran entre otras la prioridad de fortalecer el Desarrollo Económico Local con la implementación de un “Plan Provincial de Turismo Integral y Sustentable”, y con ello favorecer el desarrollo turístico a nivel de toda la Provincia del Azuay.

Para el caso del Cantón Nabón en el ámbito de la generación de un Desarrollo Turístico, se postuló el siguiente objetivo:



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

“Elaborar y ejecutar un plan de desarrollo turístico cantonal que incluya estrategias de comunicación, difusión y promoción de las actividades de turismo comunitario cultural y productivo, y la recuperación patrimonial del territorio. La iniciativa deberá estar integrada a los programas de turismo a nivel regional” (PNUD, 2008).

Y para la parte de generación de actividades económicas por medio de la generación de emprendimientos, el objetivo fue el siguiente:

“Promover la formación de grupos empresariales en las líneas de cuyes, lácteos, hortalizas, fresas, artesanías, plantas forestales, plantas frutales, plantas medicinales, todas ellas con principios de producción limpia. Incluye el acompañamiento técnico social y financiero en los 4 eslabones de la cadena: asociatividad, producción, valor agregado y comercialización” (PNUD, 2008).

Sin embargo estos han sido solo instrumentos de protocolización, mas no de concreción de realidades dentro de los territorios, más aún cuando con el devenir de actividades realizadas dentro del cantón se puede observar que hay mucho por hacer en función de los dos ecosistemas.

Por lo tanto, con el principal de los antecedentes que es el haber sido parte de un proceso de transformación social dentro de la comunidad en estudio, y como esta unidad poblacional se ha sumado al mundo del turismo en base a sus recursos, atractivos, talento humano, características, costumbrismos, etc. como un componente único, es importante destacar que a través del diagnóstico pre establecido en el capítulo anterior, las distintas variables que componen al emprendimiento turístico de carácter comunitario ciertamente lo hacen ser fuerte en aspectos como organización, formación, liderazgo, participación comunitaria, variedad de recursos agro productivos,



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

valores, cultura, autoestima, autovaloración, entre otros elementos; pero también resulta interesante el reconocer y actuar sobre sus debilidades,

es decir elementos latentes que conllevan a que la asociación de turismo comunitario no despegue por completo hacia la plataforma de negocios turísticos óptimamente y no se haya alcanzado los niveles adecuados de posicionamiento del emprendimiento dentro del mercado al cual está destinado.

No se debe olvidar que todos los emprendimientos ya sean estos de carácter social, de subsistencia o de oportunidad, aspiran a tener cierto tipo de márgenes de ganancia, a través de la valoración y venta de sus productos y/o servicios, los mismos que se establecen dentro del instrumento de gestión empresarial denominado “Plan de Negocios” o “Plan de Empresa”, ciertamente que el emprendimiento turístico comunitario cuenta con este instrumento pero su nivel de demandantes de servicios turísticos o nivel de ocupación aún no repunta en haber consolidado una demanda constante de visitantes, turistas o excursionistas que exijan una constante demanda de servicios hacia la comunidad.

Lo cual hace de ver que la capacidad instalada tanto en recursos como en talento humano no esté siendo ocupada en su totalidad, generando por lo tanto brechas de tiempos no optimizados en la actividad turística y cierto nivel de desocupación de las personas.

Con este breve preámbulo es más que importante comenzar a preguntarse:

*¿A qué se debe que no exista una demanda constante de ingresos hacia la comunidad?*





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Recurrimos al diagnóstico establecido y en base a los instrumentos de investigación utilizados y los resultados obtenidos de esta, es quizá importante destacar que tal vez uno de los factores que se hayan fraguado como barrera de entrada al mercado del turismo local es la falta de una

campaña de **promoción y difusión turística** desde el territorio, en otras palabras la comunidad aún no ha desarrollado o formulado una campaña de “marketing” para llegar a su mercado objetivo para así promocionar su oferta turística local existente.

El dato antes sugerido lo respalda inclusive la misma gente de la comunidad asociados al emprendimiento comunitario, al momento en que se realizaron las entrevistas y visitas a la comunidad durante el trabajo de campo, sin embargo las personas bajo su capacidad organizativa, su creatividad y nivel de gestión han logrado generar ciertas herramientas para publicitarse, como ya se lo hizo saber en el capítulo anterior a través de instituciones y empresas, comprometidas con el apoyo al cantón y a través de la presencia en espacios participativos a nivel municipal

Mas sin embargo ya analizando las debilidades del emprendimiento bajo un enfoque técnico se puede deducir la falta de un plan de marketing que ayude a promocionar el territorio. Por lo tanto, desde la línea de investigación en marcha se enmarca la presente propuesta de fortalecimiento para revitalizar el tejido de marketing y comercialización del producto turístico denominado “El Colibrí”.

### 3.2 Objetivo de la propuesta

*Diseñar una propuesta a través del manejo e implementación del modelo de “marketing territorial” considerando criterios que promuevan la gestión integral de los recursos de la comunidad, por medio de procesos participativos que garanticen el generar un posicionamiento y difusión del*



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

*territorio, en función de sus atributos turísticos para generar bienestar y desarrollo económico bajo un sistema de cohesión social con los miembros de la comunidad de Cochaseca.*

### **3.3 Marketing Territorial**

Con el devenir de las corrientes mercadotecnicas en su afán de generar grandes procesos de intercambios de bienes y servicios bajo el paraguas de un fenómeno de globalización eminente, las diferentes tendencias y tipologías de marketing han ido seccionando el mercado en función del tipo de consumidor lo cual se asocia de manera directa a la satisfacción de necesidades varias.

En este sentido una reciente tipología de marketing ha comenzado a revolucionar ciertos espacios geográficos enfocándose plenamente en la revalorización y promoción de determinados sitios que cuentan con oportunidades para ser mercadeados bajo modelos y criterios basados técnicas de promoción y estrategias de comercialización específicas.

El llamado “marketing city” o también conocido como “marketing regional”, es hoy en día una creciente disciplina para generar propuestas que fomenten prácticas de promoción económica local considerando exclusivamente a la publicidad como una parte fundamental dentro de la acción de promoción económica para los pequeños territorios, por lo cual para muchos de los casos se deriva para ser catalogada como “marketing territorial”.

Para entender de mejor manera esta nueva teoría se ha recurrido al estudio y revisión previa de trabajos realizados sobre el tema y del resultado de estudios de consultorías, ya que ciertamente el tema en territorios como el nuestro es aún incipiente y no cuenta con el debido conocimiento y experiencia.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

De esta manera se citan algunos conceptos que ayudarán de mejor manera a delimitar teóricamente que es el marketing territorial y cuál es su rango de incidencia.

El Licenciado en Sociología Antonio López Espinola, de la Asociación de Profesional de Formación y Empleo en su obra titulada “Marketing Territorial” define al mismo como:

“un plan encaminado a diseñar acciones para la promoción económica de un territorio y que tiene gran relevancia como parte importante de la elaboración de una estrategia de desarrollo local en un municipio o comarca. En esta estrategia de desarrollo local, junto al desarrollo económico y la promoción territorial, debe explicitarse las líneas que lleven a conseguir un aumento de la calidad de vida, la protección del medio ambiente y la difusión cultural” (López, 2003).

Por su parte Jorge Vallina Crespo, en calidad de técnico del grupo de empresas de consultoría y formación turística, FORMASTUR, sostiene que el marketing territorial:

“se basa en estrategias de sostenibilidad local para conjugar el desarrollo económico de un territorio o ciudad con la mejora del bienestar social y la conservación de su entorno ambiental, poniendo en valor y comunicando activamente a sus ciudadanos y al mercado potencial (consumidores, inversores, turistas) sus potencialidades y su calidad de vida” (Vallina).

Una vez realizado un acercamiento hacia la definición del marketing territorial, es de vital importancia dar una mirada hacia dos de los componentes más relevantes dentro de este tema, a decir del investigador,



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

como son **el territorio y el desarrollo económico territorial**, como elementos base para la consolidación de esta propuesta técnica.

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, PNUD en el marco del Proyecto Fortalecimiento de la Red de Agencias de Desarrollo Económico Territorial y de la alianza estratégica con el Programa Articulación de Redes Territoriales del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (ART/PNUD). A través de la publicación denominada “Que es Desarrollo Económico Territorial”, sostiene que el territorio:

“no solo es un espacio geográfico, sino una construcción social dinámica que se despliega a través de redes, instituciones y capital social. Es el resultado de un proceso animado por sus actores económicos, sociales e institucionales: ellos impulsan acciones, aprenden y proponen proyectos que, una vez en marcha, transforman el entorno. La diversidad social, cultural y organizativa obliga a pensar en el territorio como un actor de desarrollo, un espacio vivo; sus recursos y activos comprenden los elementos endógenos: paisaje, minas, tierra, ríos, fauna, flora, etc.; así como lo que la población posee, sabe o hace, y es posible fortalecer con el aprendizaje y la innovación, mediante un proceso de desarrollo decidido. El territorio es el vínculo, el lugar para coordinar actividades y enlazar actores. Es un espacio relacional y de aprendizaje colectivo, por su capacidad de generar y aplicar estímulos, y contar con formas de difusión de conocimiento y dinámicas de ajuste. A más de constituir un factor de producción, el territorio es un recurso integrado que incluye distintos componentes físicos, naturales y culturales —como identidad, historia, patrimonio—, y relaciones económicas, de poder, de producción y de gobierno. Es una unidad que tiene su propio sistema de gobernanza” (Comité Ecuatoriano de Desarrollo Económico y Territorial - CEDET, 2012).



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

En otro breve punto de vista se toma como referencia el análisis territorial del turismo bajo la óptica de los factores de diferenciación del espacio de destino turístico, concibe que “el turismo es sin lugar a duda un factor organizador del espacio”. Para ello al hablar del espacio en donde se localiza en relación al tema de estudio se puede ordenar en un modelo de “ordenación integrada”, lo cual sostiene técnicamente que:

“La Ordenación integrada se fundamenta en el principio de respeto a la escala local, de la participación de la población autóctona y de la distribución local de los beneficios de la explotación turística. Su desarrollo, netamente más modesto, se explica por la dificultad de responder rápidamente a una demanda reciente y masiva por parte de una oferta minúscula y desmenuzada” (Vera, 1997).

Por su parte el Desarrollo Económico Territorial, DET bajo la óptica del Comité Ecuatoriano de Desarrollo Económico y Territorial – CEDET, se reafirma bajo la siguiente estructura teórica:

“DET es un proceso deliberado, cuyo objetivo apunta a mejorar la calidad de vida y garantizar el pleno ejercicio de derechos de la población de un territorio determinado. Para ello, estimula la actividad económica local, mediante el empoderamiento y fortalecimiento de las capacidades, recursos y oportunidades, y la búsqueda de intervenciones y colaboración con los demás niveles decisionales del Estado (parroquia, cantón, provincia, región y nivel central) [...] Para el enfoque de Desarrollo Económico Territorial, no basta la capacidad interna de las unidades productivas, sino su capacidad de interrelación y colaboración con el resto de su cadena; y, de ésta, respecto del territorio donde se encuentra el sistema de actividades económicas, con la infraestructura existente, el capital humano, los servicios



## **UNIVERSIDAD DE CUENCA**

básicos, la capacidad de investigación e innovación, etc.” (Comité Ecuatoriano de Desarrollo Económico y Territorial - CEDET, 2012).

### **3.4 Propuesta**

En base al conocimiento adquirido y tras haber reconocido e identificado al territorio en estudio se desarrolla la siguiente propuesta.

#### **3.4.1 Introducción**

La presente propuesta se basa en el diagnóstico territorial efectuado dentro del cantón Nabón y exclusivamente en la Comunidad de Cochaseca, perteneciente a la Parroquia El Progreso. El siguiente instrumento tiene las características para ser utilizado como un instrumento de debate y mejora en caso de que la comunidad lo considere bajo sus instancias organizacionales y legales, y por consiguiente pretende sea ejecutado como un instrumento de gestión ante las diferentes instituciones públicas y privadas existentes dentro del cantón Nabón y de ser el caso fuera de él, con el fin que el plan de marketing territorial obtenga valor sobre el territorio y considere los elementos que componen la actividad turística como son: la mejora de la economía de las personas por medio de la repartición equitativa de los recursos, el uso racional de los recursos que provee la madre tierra, el respeto hacia sus rasgos interculturales y el trabajo en sociedad. Elementos que articulados de manera conjunta apuntan hacia lograr el Buen Vivir de sus habitantes.

#### **3.4.2 Estructura del Plan de Marketing Territorial**

En función de los instrumentos técnicos dentro del manejo e implementación de este tipo de estructuras, se plasma la presente propuesta, a fin de que se la considere sobre el territorio en estudio:



## UNIVERSIDAD DE CUENCA



Cuadro No. 26

Título: Estructura de la propuesta de marketing territorial<sup>31</sup>.

Autor: Gerardo Alvarracín.

Fuente: Propia.

Fecha: 15 Julio de 2013

### 3.4.3 Desarrollo de la propuesta

A continuación se procede al desarrollo de cada uno de los eslabones que componen la mencionada cadena turística, en función de la propuesta y del modelo a ser considerado.



#### 3.4.3.1 Situación socio económica

La comunidad de Cochaseca es catalogada según el Plan de Ordenamiento y Desarrollo Territorial del Cantón Nabón, como un asentamiento poblacional de tipo “disperso” en base a sus características geográficas y de asentamientos humanos que la poblan.

<sup>31</sup> Modelo extraído del grupo de empresas de consultoría y formación, FORMASTUR.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Se encuentra compuesta aproximadamente por 133 habitantes de los cuales 22 de ellos componen de manera asociativa el emprendimiento turístico comunitario en estudio. Por su ubicación privilegiada se destaca como un asentamiento que mantiene una activa relación de tipo funcional con la comunidad de La Paz perteneciente a la Parroquia de las Nieves, lo cual crea una vía que dinamiza sus actividades de tipo comercial, acceso a otros servicios (educación secundaria, seguro social campesino, etc.) y una puerta de acceso de visitantes hacia la comunidad.

Como la mayoría de las comunidades vecinas la comunidad de Cochaseca cuenta con una estructura organizacional conformada en varios niveles (organizaciones pastorales, comités pro - mejoras, comités de padres de familia, junta de aguas, asociaciones de productores de cuyes, fresas y hortalizas, cajas de ahorro, etc.), es decir se cuenta con varias cadenas de tipo productivas que refuerzan el tejido económico de la comunidad como un todo inherente a generar calidad de vida de sus pobladores.

Su modelo de producción se lo ejecuta a través de las llamadas Unidades Agrícolas de Producción Familiar, UAPF's, por medio del cual se genera la producción local de hortalizas, animales menores (cuyes y truchas) y de frutas (fresas), producción que se la expende en mercados locales como La Paz y la mayor parte del mismo es vendido en mercados establecidos en la ciudad de Cuenca.

Por otra parte es importante recalcar el activo movimiento del flujo humano que lo realizan temporalmente hacia la ciudad de Cuenca por motivos de empleo y trabajo pobladores de esta comunidad semanalmente, por lo general padres de familia quienes van en busca de fuentes de trabajo a desempeñar cargos cuya mano de obra cuenta como no calificada y que se la ocupa en sectores como de la construcción, sector maderero y labores de jornal cotidianas varias.





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Dentro del subsistema social es importante recalcar la importancia que aún poseen las prácticas y modelos vivenciales dentro de la cotidianeidad de los habitantes de la comunidad de Cochaseca, a través del rescate y mantenimiento de expresiones culturales como la práctica de la medicina ancestral, ritos, tradiciones y festividades religiosas (Virgen del Cisne patrona de la localidad), bailes y expresiones artísticas (grupos de danza y teatro), comités deportivos y sociales, y un sin número de actividades a los que se suman sus habitantes de forma organizada en grupos de niños, jóvenes y adultos, cada uno de ellos enfocados en recuperar y mantener su esencia y legado cultural.

Cochaseca es ese lugar donde todas y todos sus habitantes aún se conocen, los une el deseo de cooperación, trabajo comunitario, y anhelo de superación. Todos los días de semana se convierten en un espacio abierto para contar anécdotas, hacer deporte, efectuar caminatas en medio de sus senderos turísticos, es una valiosa oportunidad para recorrer sus parcelas e interiorizarse con sus modos y saberes locales, degustar de su gastronomía típica y renovar energías a través de espacios de relajación en medio de un entorno natural y pacífico.



Ilustración No. 32  
Título: Vertiente de agua natural – Spa medicinal.  
Autor: Gerardo Alvarracín  
Fuente: Propia  
Fecha: 6 Julio de 2013



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 3.4.3.2 Análisis externo para conocer las demandas del mercado

Toda acción enfocada a generar conocimiento e interés sobre un determinado producto o servicio, proviene del dar a conocer dichos elementos al mercado (posibles demandantes), bajo una estructura que motive y produzca el deseo de comprar o de hacer uso del determinado bien o servicio.

Para el caso en análisis se propone efectuar un estudio de mercado, es decir ejecutar un sondeo sobre los diferentes perfiles de visitantes y en base a ello delimitar gustos y preferencias que poseen los consumidores de servicios turísticos, es importante siempre conocer percepciones y puntos de vista que puedan en su momento ser aprovechados por los prestadores de servicios turísticos en este caso la comunidad en estudio para que establezcan acciones y estrategias en bien de mejorar su unidad económica. El estudio de mercado deberá ser realizado tanto a nivel del cantón Nabón con el propósito de saber si la misma gente del cantón consume este tipo de servicios o si tiene algún tipo de conocimiento sobre la existencia de los mismos. Paulatinamente el estudio se lo deberá poner a consideración de un segmento de posibles demandantes que lo conforman familias residentes en la ciudad de Cuenca, extranjeros que se encuentran de retiro en la misma ciudad, grupos de estudiantes de todos los niveles, profesionales dentro del área y especializaciones afines, etc. ya que hoy en día estos segmentos de personas buscan lugares fuera de la ciudad que ofrezcan servicios diversos que satisfagan sus motivaciones de ocio, recreación y aprendizaje.

La estructuración del estudio de mercado deberá en su momento transversalizarse con las estrategias del conocido “Marketing Mix”, es decir sugerir el empleo de variables que ayuden a considerar aspectos sobre los productos turísticos que se ofrecen (PRODUCTO), los precios por los cuales se prestan los diversos servicios (PRECIO), el lugar donde se los está comercializando (PLAZA) y las diferentes opciones en tours y paquetes para disfrutar en función de las demandas de cada persona (PROMOCIÓN).



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

El enfoque de esta visión se relaciona de manera directa con el cliente el cual se verá influenciado a realizar el respectivo desplazamiento y posterior compra bajo una perspectiva específicamente psicológica.

No se debe olvidar que la idea de captar este tipo de mercados nos dará la posibilidad de mantener segmentos de personas de manera directa, con características homogéneas, bajo un alto nivel de aceptación y con la posibilidad de ampliar fronteras en base a recomendaciones y sugerencias hacia posibles nuevos segmentos en espacios geográficos diferentes.

### **3.4.3.3 Factores diferenciadores que pueden ser considerados como factores de éxito dentro del mercado**

Es importante dar a conocer los elementos intrínsecos y de gran valor turístico que posee la comunidad de Cochaseca, sin duda que es un lugar donde se mezclan y entrelazan un sin número de opciones que bien pueden ser valorados por el mercado local y sus diferentes y variados actores. Entre los factores a destacarse estos se pueden subdividir en dos instancias el factor humano y el conglomerado de atractivos catalogados como turísticos.

Territorialmente hablando dentro del primer bloque es oportuno considerar como ya se ha mencionado en el capítulo anterior el proceso de organización, formación y legalización de la asociación de turismo comunitario “El Colibrí”, como un modelo comunitario exitoso, el mismo que da fe y cuenta de que más allá de los impedimentos de orden social y geográfico no existen limitaciones para promover nuevos escenarios para generar desarrollo dentro de una comunidad.

El segundo de los factores es la diversidad de actividades que se pueden desarrollar dentro de la comunidad, entre los que se cuentan:



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

FACTORES DIFERENCIADORES DE LA ASOCIACIÓN DE TURISMO	
Caminatas por senderos guiados	
Pesca deportiva	
Spa medicinal	
Baños de lodo	



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

**Actividades y juegos tradicionales**



**Degustación de comida y bebidas típicas**



**Visitas a granjas familiares**



**Convivencia con la gente de la localidad y sus actividades diarias**







## UNIVERSIDAD DE CUENCA

<p><b>Medicina ancestral</b></p>	
<p><b>Deportes extremos</b></p>	
<p><b>Paseos en bote</b></p>	

**Cuadro No. 27**

**Título:** Factores diferenciadores que pueden ser considerados como factores de éxito.

**Autor:** Gerardo Alvarracín.

**Fuente:** Propia.

**Fecha:** 15 Julio de 2013



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Elementos que deben ser catalogados dentro del apartado anterior para que se enmarquen dentro del estudio de mercado futuro y sean inventariados bajo instrumentos técnicos.

### 2. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

#### 3.4.3.4 Misión y visión del territorio

Como parte del modelo que conlleva la definición del marco de planeamiento estratégico, se han definido los siguientes elementos dentro del emprendimiento turístico comunitario con aportes directos de parte de la comunidad y con asesoría del estudiante investigador.

##### **MISIÓN:**

*“La operación turística se realiza mediante la organización y planificación entre las comunidades participantes y beneficiarias, dotando de servicios turísticos mediante el rescate cultural tangible e intangible, conservación de la flora y fauna a través la realización del turismo sostenible comunitario”.*

##### **VISIÓN:**

*“Grupo consolidado y organizado en la operación turística comunitaria que ha contribuido a la disminución de la migración, el mejoramiento de la infraestructura y se han beneficiado directa e indirectamente las familias de las comunidades participantes de la actividad turística a través del aprovechamiento de los atractivos turísticos”.*



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 3.4.3.5 Valores

El emprendimiento turístico comunitario se caracteriza por asumir y trabajar en función de los siguientes valores:

#### **HONESTIDAD:**

- Ser sinceros con nosotros mismos y con los demás.
- Actuar con transparencia, confianza e igualdad.

#### **RESPONSABILIDAD Y COMPROMISO:**

- Cumplir nuestras obligaciones.
- Asumir las consecuencias de nuestras acciones.
- Lo que decimos, lo hacemos.

#### **RESPECTO Y HUMILDAD:**

- Tratar a los demás como queremos ser tratados.
- Atender con cortesía al público y a mis compañeros.
- Estamos dispuestos a aprender de nuestros errores.

#### **ALEGRÍA:**

- Propiciar el entusiasmo y dar nuestra mejor sonrisa.
- Sentirnos felices en nuestro trabajo.

#### **EXCELENCIA EN EL SERVICIO:**

- Lo que hacemos, lo hacemos bien.
- Brindar el mejor servicio y atención al cliente.

### 3.4.3.6 Implementación de planes, programas y proyectos

Bajo la óptica de la presente propuesta se considera necesario que la comunidad de Cochaseca se adjudique la responsabilidad dentro de la generación, gestión y consecución de los siguientes planes programas y proyectos, los mismos que ayudarán a definir de mejor manera la estructura del emprendimiento turístico, para lo cual una vez establecido el estudio general de la asociación se recomienda para su mejor desarrollo el considerar las siguientes variables:





# UNIVERSIDAD DE CUENCA

PLANES	PROGRAMAS	PROYECTOS
<p>⇒ PDOT.</p> <p>⇒ Plan de manejo ambiental para la comunidad de Cochaseca.</p> <p>⇒ Plan de señalización de los senderos turísticos para convertirlos en senderos auto guiados.</p> <p>⇒ Plan para la mejora del sistema de riego de la comunidad de Cochaseca.</p>	<p>⇒ Programa de recuperación de especies nativas (plantas medicinales)</p> <p>⇒ Programa de formación en “Gestión y Evaluación de Proyectos”</p> <p>⇒ Programa de formación en “Idioma Ingles”</p> <p>⇒ Programa de formación de “Guías nativos”</p>	<p>⇒ Proyecto: “Promoción y difusión del emprendimiento turístico comunitario”.</p> <p>⇒ Proyecto: “Implementación de la Red de Señalética para la Asociación de Turismo comunitario “El Colibrí”</p> <p>⇒ Proyecto: “Fortalecimiento de la Red de Agroecología para pequeños productores de la Comunidad de Cochaseca”</p> <p>⇒ Proyecto: “Buenas prácticas en turismo sostenible”</p>

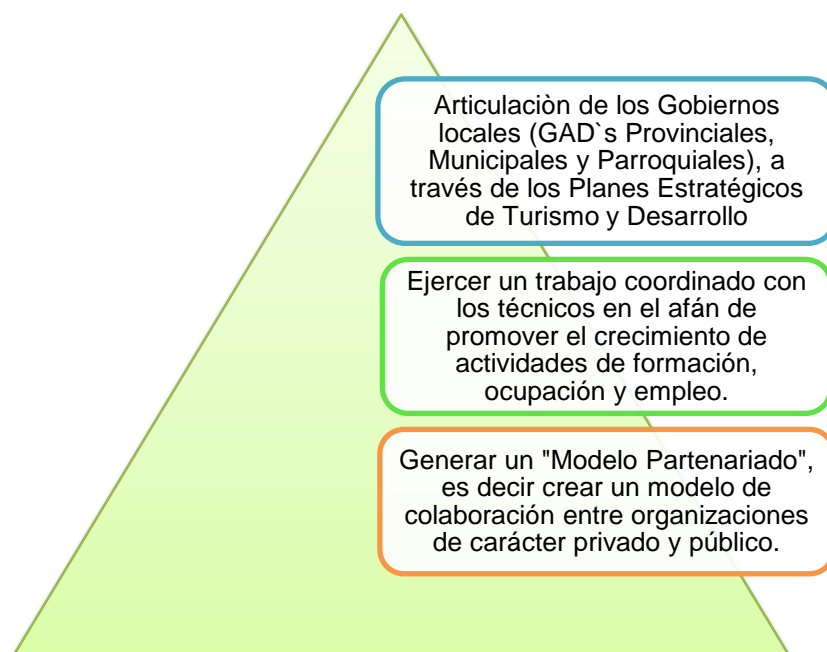
**Cuadro No. 28**  
**Título: Matriz de planes, programas y proyectos.**  
**Autor: Gerardo Alvarracín.**  
**Fuente: Propia.**  
**Fecha: 15 Julio de 2013**



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 3.4.3.7 Acciones en el territorio como paso previo a su promoción

Es importante destacar dentro de la presente propuesta de fortalecimiento para el emprendimiento turístico comunitario, una vez que ya hayan sido considerados los aspectos de estructura organizacional, iniciar el desarrollo de la o las estrategias que ayuden a la promoción económica del territorio en función del marco de planeamiento estratégico considerado y el entorno al cual se piense llegar; es importante que para ello se proceda al reforzamiento del plan de marketing territorial en función de los siguientes niveles de gestión y apoyo:



**Cuadro No. 29**  
**Título:** Niveles de gestión y apoyo.  
**Autor:** Gerardo Alvarracín.  
**Fuente:** Propia.  
**Fecha:** 15 Julio de 2013



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Una vez que se haya logrado consensuar estos tres niveles de apoyo se podrá generar herramientas de reforzamiento, líneas de apoyo económico y diferentes redes de cooperación que ayuden a crear un clima favorable dentro del ámbito de negocios.

Este espacio se lo deberá gestionar y promover dentro de la “mesa de turismo” como un espacio en donde convergen la mayor parte de actores que se encuentran dentro del ecosistema de apoyo al emprendimiento, así como la presencia de carteras de estado llamadas a generar fomento productivo por medio del manejo e implementación de la actividad turística.



Finalmente como parte de la difusión es importante que las personas asociadas al emprendimiento turístico comunitario comprendan el valor que posee el uso y sostenimiento de la “marca territorial” como la carta de presentación ante el mercado potencial y objetivo y los diferentes medios y formas de generar difusión de la misma.

### **3.4.3.8 Branding territorial**

El término “branding” tiene como finalidad el habilitar todos los medios posibles para la divulgación de la “marca” del territorio en base a un carácter positivo en función del fomento y actividad comercial de un determinado bien o servicio que se lo está vendiendo o se piensa vender dentro de un área geográfica determinada.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Así también es importante por medio del manejo del branding territorial expresado por medio de la creación y comercialización de la marca del territorio el conocer su importancia por medio de la divulgación del logotipo hacia mercados locales, nacionales e internacionales a través de una diplomacia pública pero con ayuda estatal.

Como antecedente resulta importante destacar la importancia que ha tenido la creación de una marca país para el caso del Ecuador y su estrategia de comercialización a nivel mundial por medio de una política de comunicación estratégica, la cual ha generado resultados positivos que tienen que ver con el incremento de turistas y visitantes hacia nuestro territorio nacional. La gestión de la marca territorial tiene sus inicios desde el año 2001 en la gestión de la ex Ministra de Turismo Rocío Vázquez, luego reformulada bajo la administración del entonces presidente Lucio Gutiérrez en 2004, bajo el slogan: “Ecuador, vida en estado puro” (en inglés: *Life at its purest*), y finalmente rediseñada bajo la administración del actual presidente Eco. Rafael Correa bajo el slogan: “Ecuador Ama la Vida”.



**Ilustración No. 29**

**Título:** Logotipos Marca País Ecuador 2004 y 2010 respectivamente.

**Autor:** Ministerio de Turismo, MINTUR.

**Fuente:** MINTUR

**Fecha:** 15 Julio de 2013



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Es de suma importancia reconocer este antecedente nacional ya que tiene una relación directa con el propósito local en estudio. El manejo de la marca “El Colibrí” que por cierto ya se la ha definido, debe ser objeto de dos estrategias concretas que se las deberá realizar en dentro del territorio comunitario y dentro del cantón Nabón.

Primero se deberá emprender una campaña de sensibilización de la marca al interior del cantón con el fin de que sus autoridades y pobladores en general conozcan el porqué de haber creado esa marca, que es lo que se intenta hacer conocer por medio de los colores y expresiones ahí presentes y a qué lugar del cantón pertenece. De esta manera se logrará crear un sentimiento de pertenencia hacia sus recursos naturales y humanos.

Es importante destacar este punto ya que la marca nunca se enmarcó dentro de un proceso de socialización bajo ningún nivel ciudadano, por lo tanto existe un desconocimiento de la misma.



**Ilustración No. 32**

**Título:** Marca territorial de la Asociación de Turismo “El Colibrí”.

**Autor:** Comunidad de Cochaseca / Equilibrio estudio de diseño.

**Fuente:** El Colibrí

**Fecha:** 15 Julio de 2013



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

El proceso de familiarización de la marca se la deberá realizar con apoyo de las autoridades en medio de asambleas y a través de las distintas instancias parlamentarias comunitarias, en donde se deberán considerar aspectos tales como:

**Logotipo.-** Análisis de cuáles son los elementos que componen el logotipo que a su vez son parte de la marca establecida, énfasis se deberá dar a la explicación del **isotipo** (colibrí, hojas de distintas especies y plantas nativas), es decir el por qué se ha escogido esos elementos. Así también se deberá explicar las **logolettras**, que forman el conjunto de palabras que acompañan al isotipo y le otorgan identificación al mismo.

**Slogan.-** Que viene a ser la frase representativa, la misma que enmarca los valores, recursos y formas de vida que posee la comunidad y demás argumentos de corte social y personal que les otorguen sus representados.

Un elemento de suma importancia a ser tomado en cuenta es el respectivo registro de la marca ante el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, IEPI, para evitar copias o que otros emprendimientos de iguales o diferentes características lo empleen como iniciativa propia.

Una vez considerado estos aspectos será importante la socialización de la marca comunitaria con el resto de marcas municipales ya existentes dentro del cantón y que mantienen un fin similar, es decir contribuir a la promoción del territorio desde instancias públicas, será prioridad concebir consensos para el uso de marcas y generación de actividades publicitarias en diferentes espacios y momentos con el propósito de publicitar al cantón Nabón.



UNIVERSIDAD DE CUENCA



Ilustración No. 31

Título: Marca territorial del Cantón Nabón.

Autor: GAD Municipal del Cantón Nabón.

Fuente: Departamento de Turismo.

Fecha: 15 Julio de 2013

#### 3.4.3.9 Canales de distribución

Considerando el incipiente grado de difusión y promoción generado dentro del emprendimiento turístico comunitario, es de gran importancia idear estrategias que promuevan el acceso a medio publicitarios que dinamicen la publicidad de la marca. Si bien existen espacios de concertación y diálogo con entes públicos, no se ha logrado generar ningún tipo de alianza o ayuda para que se difunda la marca territorial.

La propuesta se encamina a buscar aliados que difundan la marca por medio de canjes, visitar diarios locales a que los visiten y produzcan notas de prensa, revistas y medios escritos cuyo fin es difundir experiencias nuevas e innovadoras en el área turística, canales de televisión locales que realizan programas de carácter turístico, ejecutar planes de visitas a operadores turísticos, agencias y entidades de apoyo al sector del turismo. Si bien el limitante económico es un factor preponderante, el nivel de gestión y de querer hacer las cosas es mayor, entonces se deberá responder a este tipo de necesidades que de alguna manera reactiven el emprendimiento comunitario.



## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 3.5 Conclusiones

Una vez realizada la presente investigación sobre un tema que abarca aspectos, teorías e indicadores que se conjugan con el objetivo de la maestría en términos de desarrollo, análisis del territorio y sus diferentes variables, aportes a la construcción del paradigma del Buen Vivir desde diversos ángulos investigativos. Se propone un listado corto pero conciso de conclusiones extraídas una vez dado por terminado el proceso de revisión bibliográfico y de estudio de campo dentro de la Comunidad de Cochaseca del Cantón Nabón.

- » Considerando la dinámica del desarrollo local que busca transformar las diferentes realidades económicas dentro de un territorio para que estas sean competitivas y sostenibles, se plasma a la actividad turística como un elemento de suma importancia a ser valorado y tomado en cuenta como un aporte directo e ineludible hacia la construcción del Buen Vivir desde lo local, es decir, si se deciden repensar alternativas al desarrollo, la actividad turística no debería ser únicamente parte del discurso, sino más bien una herramienta que promueva la diversificación de las capacidades micro empresariales (caso de estudio), genere la articulación productiva desde las localidades más pequeñas, a su vez que se vaya entretejiendo una estructura productiva que contribuya a la generación de opciones de empleo y que repercutan en la mejora de la calidad de vida de las poblaciones más pequeñas.





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

- » Si bien el tema del turismo se encuentra en un proceso de consolidación y maduración de estrategias para posicionarse dentro del mercado local, es importante reconocer el incesante trabajo desplegado por parte de sus asociados, quienes ven en la práctica como este tipo de actividad socio económica les puede resultar una opción para poder desarrollarse y volverlos más competitivos ofreciendo productos y servicios de calidad.
- » José Luis Coraggio confirma que: *“para generar desarrollo este no viene desde afuera impuesto por grandes inversiones, sino más bien debe ser de carácter endógeno”*, por lo tanto el estudio de esta experiencia puede ser considerado bajo aspectos a profundidad más teóricos como una experiencia desde las bases, que promueve la creación y el fortalecimiento de alternativas hacia ese anhelado desarrollo, y que aun no existiendo grandes agentes generadores de desarrollo, la propia gente de las comunidades, poseen los perfiles adecuados para ser considerados como emprendedores o pequeños empresarios o quizá agentes de cambio social importantes en la vida de comunidad.
- » Nabón con sus atributos y contrastes es un entorno en donde aún se conserva lo que técnicamente se conoce como “Comunalicracia”, o como la gente lo identifica más popularmente como “el poder de la comunidad”, es decir la importancia que tiene la persona en la toma de decisiones. Conlleva la valoración que tiene el poder de su pensamiento y la relación armónica que existe entre el hombre y la naturaleza.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 3.6 Recomendaciones

- » Con el único y principal objetivo de que Nabón y a través de ello la Comunidad de Cochaseca se conviertan en un destino turístico de excelencia para una demanda actual y futura, y que esto a su vez promueva y genere alternativas económicas y sociales de manera directa a la población local en base al uso y apropiación de su patrimonio tangible e intangible, se ha sugerido la propuesta para su fortalecimiento (estrategia de marketing territorial), la misma que se compone de tres ejes fundamentales, los cuales ejecutados de manera planificada y con apoyo de las entidades participantes dentro de la mesa de turismo del cantón, bajo gestión de sus representados, se puedan articular y generar acciones en favor de promocionar el territorio y revalorizar el alto potencial turístico que existe, no solo en la comunidad de Cochaseca, sino en todo el cantón, como un destino nuevo en medio de un entorno natural y cultural mantenido.
- » Promover en base a la anterior modelos innovadores para la difusión de sus atractivos, si bien el aspecto de promoción conlleva el tener recursos, se puede pensar de manera creativa en estrategias a bajo costo, como por ejemplo la implementación del “Geo Marketing”, basado en el uso de códigos de respuesta rápida (QR´s), los mismos que facilitan el enlace hacia el destino turístico de manera directa.
- » Enmarcados en los instrumentos de planificación territorial (Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, Planes Estratégicos de Turismo), insistir en su necesaria gestión para consolidar apoyos estatales a fin de mejorar el emprendimiento turístico comunitario en función de lo determinado con el trabajo de campo.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

- » Acudir a la gestión ante diferentes ministerios y sub secretarías, con el afán de generar alianzas estratégicas que promuevan el apoyo al desarrollo productivo, social y económico de las pequeñas unidades territoriales. En este sentido se recomienda acudir a la SENPLADES, SECAP, MIPRO como entes públicos para que ofrezcan soporte y ayudas técnicas necesarias.
- » No dejar perder el liderazgo, trabajo en equipo y nivel de gestión existente en la comunidad, más bien a trabajar arduamente en la consecución y fraguado de sus objetivos aún inconclusos, el verdadero emprendedor no se rinde, no teme a los riesgos y tiene mucha capacidad para inventar e innovar constantemente.
- » Promover el acercamiento de la Mesa de Turismo hacia la Mesa de Desarrollo Económico con el fin de unir fuerzas y proponer proyectos útiles a su sector. Es importante generar un “cluster” del turismo, ya que el cantón Nabón cuenta con otros tipos de experiencias similares y variados atractivos a nivel de productos establecidos.
- » Ofertar sus instalaciones no solo con fines de ocio y recreación, sino también con propósitos de para la investigación y el conocimiento en cuanto a métodos de producción agroecológica, observación de aves, crianza de animales menores, Circuitos de Medicina Ancestral, desarrollando cursos de corta duración que les puede significar ingresos a la gente de la comunidad.
- » Finalmente a mis amigos emprendedores de la Asociación de Turismo Comunitario “El Colibrí” con quienes me une una amistad sólida de más de cuatro años, les recomiendo no dejar sus sueños y esperanzas de crecer en comunidad, mantener viva esa esencia de trabajo y unión en medio de las desavenencias y frustraciones que pueden a veces atarlos a poder continuar.



## **UNIVERSIDAD DE CUENCA**

El emprendedor es una persona que asume retos, crea oportunidades en base a sus propias necesidades y descubre formas para satisfacerlas. Toma al riesgo y a los problemas como prácticas diarias y desarrolla opciones encaminadas a mejorar su emprendimiento.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### Bibliografía

#### Libros:

- Acosta, Alberto. *La Maldición de la abundancia*. Quito, Abya Yala, 2009.
- Amón, Oswaldo. *Síntesis del proyecto Generación de alternativas económicas ocales para los/as jóvenes del cantón Nabón mediante el impulso del turismo y la cultura*. Cuenca, 2008.
- ART/PNUD. *Líneas prioritarias para el desarrollo integral*. Azuay, 2008.
- Boiser, Sergio. *Desarrollo Local*. Chile, 2005.
- Cámara Argentina de Turismo Rural. *Foro Nacional de Turismo Rural Mil x Mil*. Buenos Aires, 2013.
- Cantero, Pedro y Javier Andrada. *Salinas de Guaranda Horizonte de Economía Solidaria*. Quito, Abya Yala, 2012.
- Cammarata, Emilce. *El Turismo como práctica social y su papel en la apropiación y consolidación del territorio*. CLACSO, 2006.
- Carvajal, Arizaldo. *Apuntes sobre Desarrollo Comunitario*. Málaga, Eumed, 2011.
- Cervera, Amparo. *Marketing y orientación al mercado de la Administración Pública Local*. Valencia, Diputación de Valencia, 1.999.
- Comisión Europea. *Documento de Estrategia País*. 2007.
- Comité Ecuatoriano de Desarrollo Económico y Territorial. *Desarrollo Económico Territorial*. Cuenca. 2012.
- Coraggio, José Luis. *Territorio en Agenda Zonal para el Buen Vivir*. Quito, Monsalve Moreno, 2010.
- Cruz, Cristina et al. *Turismo y Desarrollo: Experiencias desde la Cooperación Internacional*. 2008.
- Di Petro, Luis. *Desarrollo Local*. FLACSO, 1999.
- Ehlers, Freddy. *Turismo Consciente en Ecuador Ama la Vida*. Quito. 4ed. 2012.
- Flores, Consuelo. *Desarrollo local y turismo*. Argentina, Instituto de Investigación Servicios y Consultoría Turística, 2008.
- G. González, Fuertes. *Psicología Comunitaria*. España, Visor, 1988.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Gómez Gavazzo, Carlos *Metodología del Planeamiento Territorial*. Argentina, Centro Regional de Estudios de Vivienda y Planeamiento, Rosario, 1959.

Gudynas, Eduardo y Alberto Acosta. *El Buen Vivir o la disolución de la idea de progreso*. México, Foro Consultivo Científico y Tecnológico, 2011.

Guimaraes, J. *Local Economic Development*. Guimaraes eds, 1997.

Herrera, Stalin. *Nabón: Entre las mujeres y el gobierno local*. Quito, Gráficas Hernández, 2009.

Iglesias, Enrique. *El valor de la diversidad clave del desarrollo*. OMT, 2007.

Jaramillo, Ana y Julián Kopecek. *Turismo y Pobreza una aproximación a los modelos de desarrollo turístico*. Argentina, UNLA, 2007.

León, Magdalena. *El 'buen vivir': objetivo y camino para otro modelo*. Quito, ILDIS, 2008.

Madoery, Oscar y Antonio Vázquez. *Transformaciones globales, Instituciones y Políticas de desarrollo local*. Rosario, Homo Sapiens, 2001.

Mantero, Juan Carlos. *Desarrollo local y actividad turística*. Mar del Plata, Centro de Investigaciones Turísticas, 2004.

Navas, Goethe y Angel Gomezcoello. *Fortalecimiento de la Mesa de Desarrollo Económico del Cantón Nabón y su influencia en los cantones de la cuenca alta del río Jubones*. Cuenca, UPS, 2012.

Neef, Max. *Desarrollo a Escala Humana*. Santiago, Nordan, 1993.

Ministerio Coordinador de la Política y Gobiernos Autónomos Descentralizados. *Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización*. Quito, V&M Gráficas, 2011.

Organización Mundial de Turismo. *Turismo y atenuación de la pobreza*. 2001.

Ortiz, Carolina *et al.* *Marketing Territorial*. Colombia, Universidad de San Buenaventura, 2010.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

PYDLOS. *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Nabón*. Nabón, PYDLOS - Universidad de Cuenca, 2011.

R. Pujadas y J. FONT. *Ordenación y planificación territorial*. Madrid, Editorial Síntesis 1998.

Red de Turismo Comunitario Pakariñan *et al. Plan Estratégico de Turismo del Cantón Nabón*. Nabón, Red Pakariñan, 2011.

Robertis y Pascal. *Comunidad en Apuntes sobre Desarrollo Comunitario*. Málaga, Eumed, 2011.

Ruiz, Esteban *et al. Cultura Comunidad y Turismo Ensayo sobre el Turismo Comunitario en Ecuador*. Quito, Abya Yala, 2009.

Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. *Agenda zonal para el Buen Vivir. Propuestas de Desarrollo y Lineamientos para el Ordenamiento Territorial*. Quito, Monsalve Moreno, 2010.

Sen, Amartya. *Capacidad y Bienestar. La calidad de vida*. México, Fondo de Cultura Económica, 1996.

Serrano, Ricardo. *Modelo de desarrollo humano comunitario*. México, ENTS/UNAM – Plaza y Valdés, 2005.

Shaik, Nermeen. *Desarrollo como libertad*. Cuadernos del CENDES: 123.

Universidad Autónoma del Estado de México. *Repensando el Desarrollo Rural*. México, 1ed, 2006.

Universidad de Medellín. *Conducta emprendedora*. Colombia.

Vera, José. *Análisis territorial del turismo. Una nueva geografía del turismo*. Barcelona, Ariel Serie Geografía, 1997.

Zárate, Mireya. *Antecedentes del Desarrollo Comunitario en Apuntes sobre Desarrollo Comunitario*. Málaga, Eumed, 2011.

### Revistas:

Fundación Nacional para el Desarrollo, FUNDE. "Revista Alternativas para el desarrollo". San Salvador. No. 29. 2005.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Nabón. "Nabón revista municipal". Nabón. Julio 2012.

Mantero, Juan. "Desarrollo local y Actividad Turística". *Aportes y Transferencias* (Mar del Plata), 2004: 11 – 38.

Ministerio de Turismo del Ecuador. "Ecuador ama la vida". Quito. 4 ed. 2012.

Schenkel, Erica. "El Turismo social como política estatal en Sudamérica".

PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. España. 2013.

Smith, Jacquelyn. "The 10 best countries to retire to in 2013". FORBES. EE UU. 2013.

Stevens, Jennifer. "Top five cities to retire to". INTERNATIONAL LIVING. EE UU. 2013.

Tortosa, José María. "Vivir bien, caminar con los dos pies". OBETS Revista de Ciencias Sociales. España. IUDESP. 2011.

### Internet:

MINTUR. "Turismo Consciente". Internet. [www.mintur.gob.ec](http://www.mintur.gob.ec). Acceso: 15 abril 2013.

Gómez, Domingo. "Evaluación del impacto ambiental: estado de la cuestión". Internet. [http://www2.uah.es/tiscar/Complem\\_EIA/EIA-Spain-1.pdf](http://www2.uah.es/tiscar/Complem_EIA/EIA-Spain-1.pdf). Acceso: 15 abril 2013.

Raffestin, Claude. "Los límites de los geógrafos". Internet.

<http://www.eumed.net/tesisdoctorales/2009/rha/Los%20limites%20de%20los%20geografos.htm>. Acceso: 19 abril de 2013.





**UNIVERSIDAD DE CUENCA**

## **ANEXOS**



**UNIVERSIDAD DE CUENCA**

# **ANEXO 1**



EL COLIBRÍ DE  
**NABÓN**  
TURISMO COMUNITARIO



GOBIERNO AUTÓNOMO  
DESCENTRALIZADO MUNICIPAL

**NABÓN**

AZUAY  
PREFECTURA



EL COLIBRÍ DE  
**NABÓN**  
TURISMO COMUNITARIO

PROYECTO

"GENERACIÓN DE ALTERNATIVAS ECONÓMICAS  
LOCALES PARA LOS JÓVENES DEL CANTÓN  
NABÓN MEDIANTE EL IMPULSO DEL TURISMO Y  
LA CULTURA"

**INFORMACIÓN**

(07) 301 3409  
0980 734331  
0980 071290  
[elcolibridecochaseca@hotmail.com](mailto:elcolibridecochaseca@hotmail.com)

**PERFIL DEL VIAJERO**

Para realizar los recorridos se necesita un poco de esfuerzo físico ya que los senderos descien- den y ascienden colinas además que el trayecto a recorrer es largo y la superficie es irregular.

**Sugerencias**

Llevar ropa abrigada, zapatos cómodos para realizar las caminatas, cámara de fotos, protec- tor solar.

**Precaución**

El acceso en vehículo a Cochaseca en días de lluvia puede ser dificultoso se recomienda la utilización de vehículos 4x4.

**Comentario**

Para la realización de esta ruta se deberá contra- tar los servicios de guianza a cargo de personas de la localidad y miembros activos de la organi- zación El Colibrí ya que los recorridos son largos y se necesita el conocimiento de los senderos al igual que la ubicación de los atractivos.





UNIVERSIDAD DE CUENCA





UNIVERSIDAD DE CUENCA



### UBICACIÓN

El cantón Nabón está localizado en el extremo sur-este de la provincia del Azuay, en la sub-cuenca del río León, que pertenece a la cuenca hidrográfica del río Jubones. Se encuentra a 69 kilómetros de la ciudad de Cuenca, conectado por la vía Panamericana que va desde Cuenca a Loja.



### EL COLIBRÍ: TURISMO COMUNITARIO

Se desarrolla en la parroquia del Progreso del cantón Nabón que incluyen las comunidades de La Paz, Manzano, Trigopamba, Cochaseca y el Molino además está abierto a todas las personas de la localidad que estén dispuestas a participar en la actividad turística.

Nace como una propuesta de desarrollo y complemento a las actividades económicas de las comunidades y el aprovechamiento de atractivos turísticos, modelos de Gestión Participativa, las Unidades agrícolas de producción familiar (UAPF's), entre otras. Se ha creado productos turísticos para la satisfacción de los visitantes (previa reservación).



Paquete turístico en el cual se visita la comunidad de Cochaseca y sus alrededores para conocer las granjas de producción agrícola como: fresas, plantas medicinales, hortalizas así como de cuyes, trucha y tilapia. Además conocer los modelos de gestión participativa y asociativa característicos de Nabón. Se podrá recorrer la zona y visitar la cascada de Chorro Blanco.

Itinerario	
Horario	Actividad
08h00 - 09h00	Llegada de visitantes y presentación
09h00-11h00	Visita las granjas de producción y modelos de gestión asociativa y participativa de la localidad
11h00 -13h30	Cochaseca y sus alrededores (Se puede elegir entre El Manzano, El Chorro Blanco, El Agua Salada, la Laguna Negra).
13h30 – 14h30	Almuerzo
14h30	Salida de los turistas



FACILIDADES TURÍSTICAS

¿Cómo llegar?

Para dar inicio a los recorridos turísticos se debe partir desde La Paz localizada en la panamericana sur vía Cuenca – Loja a 70 km de la ciudad de Cuenca. Para llegar a La Paz se debe tomar un bus.

- Cooperativa Viajeros  
Frecuencia: cada hora  
Desde: 02:00 a.m. Hasta: 23:30 p.m.  
Costo: \$ 7.50 (a Loja)  
Tiempo: 1h15 a La Paz  
Teléfono: (07) 2 571 626
- Cooperativa Loja  
Frecuencia: 04:00; 08:00; 13:30; 14:30  
Costo: \$7.50 (a Loja)  
Tiempo: 1h15 a Loja  
Teléfono (07) 2 579 014

¿Dónde alojarse?

Por el momento no existe un lugar definido para recibir a visitantes con esta necesidad.

¿Comer y beber?

Se puede degustar los platos preparados en el sector de La Paz con su especialidad en las cascaritas de Chanchito, sancocho, fritada. Y bajo previa reservación con la organización de turismo comunitario El Colibrí.





**UNIVERSIDAD DE CUENCA**

# **ANEXO 2**



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### ACTA CONSTITUTIVA DE LA "ASOCIACIÓN DE TURISMO EL COLIBRI", DE LA COMUNIDADDE COCHASECA, DE LA PARROQUIA EL PROGRESO, DEL CANTÓN NABON, EN LA PROVINCIA DEL AZUAY.

En la casa comunal, del sector de Cochaseca, sector rústico de la Parroquia El Progreso, del cantón Nabón, provincia del Azuay, República del Ecuador, el día de hoy **lunes primero de abril del año dos mil trece**, siendo las diez horas de la mañana, previa auto convocatoria, nos constituimos los señores: **AGUILAR CHIMBO SEGUNDO RICARDO**, ecuatoriano, mayor de edad, casado, con C.I. 010418470-0; **GUAZHA RAMON ALICIA MERCEDES**, ecuatoriana, mayor de edad, soltera, con C.I. 010673318-1; **GUAZHA RAMON CESAR RODRIGO**, ecuatoriano, mayor de edad, soltero, con C.I. 010661874-7; **GUAZHA RAMON LUPE BEATRIZ**, ecuatoriana, mayor de edad, soltera, con C.I. 010673319-9; **RAMON GODOY FANY PATRICIA**, ecuatoriana, mayor de edad, soltera, con C.I. 010484629-0; **RAMON GODOY FREDDY FERNANDO**, ecuatoriano, mayor de edad, soltero, con C.I. 010656736-5; **RAMON RAMON ARCELIA REBECA**, ecuatoriano, mayor de edad, soltera, con C.I. 010556433-0; **RAMON RAMON BERTHA TERESA**, ecuatoriana, mayor de edad, casada, con C.I. 010476394-1; **RAMON RAMON CARLOS ALFREDO**, ecuatoriana, mayor de edad, soltero, con C.I. 010686882-1; **RAMON RAMON GALO SAUL**, ecuatoriano, mayor de edad, soltero, con C.I. 0010354129-8; **RAMON RAMON MARIANA EULALIA**, ecuatoriana, mayor de edad, soltera, con C.I. 010621374-7; **RAMON RAMON OLGA GABRIELA**, ecuatoriana, mayor de edad, soltera, con C.I. 010610614-9; **RAMON RAMON ROCIO BEATRIZ**, ecuatoriana, mayor de edad, casada, con C.I. 010303802-2; **RAMON RAMON ROSA INES**, ecuatoriana, mayor de edad, casada, con C.I. 010420123-1; **RAMON RAMON ROSAURA SALOME**, ecuatoriano, mayor de edad, casado, con C.I. 010547220-3; **RAMON RAMON SARA RAQUEL**, ecuatoriana, mayor de edad, casada, con C.I. 010506047-9; y, **RAMON SUCONOTA SEGUNDO FIDEL**, ecuatoriano, mayor de edad, casado, con C.I. 010121835-2; los asistentes tienen su domicilio en el sector de Cochaseca, de la parroquia El Progreso, quienes nos reunimos de manera libre y voluntaria, en virtud de una iniciativa tendiente a la Constitución de una entidad civil, sin fines de lucro, que tiene como objetivo dar a conocer a la población del cantón Nabón, cantones vecinos, y aún de manera interprovincial los atractivos turísticos del sector. A continuación se pasa a considerar dicha iniciativa y después de un amplio intercambio de opiniones se resuelve por unanimidad: 1º) Constituir formalmente en este acto una Asociación Civil sin fines de lucro





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

cuya denominación será "ASOCIACION DE TURISMO EL COLIBRI", que tendrá su domicilio en la Comunidad Cochaseca, de la parroquia El Progreso, del cantón Nabón, en la provincia del Azuay, República del Ecuador. 2ª) Acto seguido se procede a designar a la directiva provisional, que luego de la votación respectiva queda integrada de la siguiente manera:

PRESIDENTA:	RAMON RAMON ROCIO BEATRIZ
VICEPRESIDENTA:	RAMON GODOY FANY PATRICIA
TESORERA:	RAMON RAMON ROSAURA SALOME
SECRETARIO:	RAMON RAMON SARA RAQUEL
VOCALES:	
PRIMER VOCAL:	RAMON GODOY FREDDY FERNANDO
SEGUNDO VOCAL:	RAMON RAMON ARCELIA REBECA
PRIMER VOCAL SUPLENTE:	GUAZHA RAMON ALICIA MERCEDES
SEGUNDO VOCAL SUPLENTE:	RAMON SUCONOTA SEGUNDO FIDEL

Los miembros de la directiva aceptan el cargo que se les ha confiado y prometen desempeñarlo fielmente. Los comparecientes están plenamente de acuerdo con la elección realizada y exponen que en el plazo máximo de treinta días la directiva dará los primeros resultados de la legalización de la Asociación. Los presentes, acuerdan por unanimidad, contribuir con los valores necesarios que conlleven dicha legalización. Sin nada más que tratar se da por terminada la sesión de constitución de la Asociación de Turismo El Colibrí, siendo las once horas, para constancia firman los presentes, en calidad de miembros fundadores:

Aguilar Chimbo Segundo Ricardo  
C.I. 010418470-0

Guazha Ramón Alicia Mercedes  
C.I. 010673318-1

Guazha Ramón César Rodrigo  
C.I. 010661874-7

Guazha Ramón Lupe Beatriz  
C.I. 010673319-9



UNIVERSIDAD DE CUENCA

# ANEXO 3





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### NÓMINA DE LA DIRECTIVA PROVISIONAL DE LA ASOCIACIÓN DE TURISMO "EL COLIBRI"

Nro.	NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO	C.I.	Firma
1	Ramón Ramón Rocío Beatriz	Presidenta	0103038022	
2	Ramón Godoy Fany Patricia	Vicepresidente	0104846290	
3	Ramón Ramón Sara Raquel	Secretaria	0105060479	
4	Ramón Ramón Rosaura Salomé	Tesorera	0105472203	
5	Ramón Godoy Freddy Fernando	I Vocal Principal	0106567365	
6	Ramón Ramón Arcelia Rebeca	II Vocal Principal	0105564330	
7	Guazha Ramón Alicia Mercedes	I Vocal Suplente	0106733181	
8	Ramón Suconota Segundo Fidel	II Vocal Suplente	0101218352	

**CERTIFICACION:** Yo, SARA RAQUEL RAMON RAMON, en mi calidad de Secretaria de la Directiva Provisional de la ASOCIACION DE TURISMO EL COLIBRI, **CERTIFICO:** Que la nomina de miembros que antecede, corresponde a la Directiva Provisional de la Asociación, elegida en la sesión constitutiva de fecha 01 de abril del 2013.- Cochaseca, 02 de abril del 2013.-

Sara Raquel Ramón Ramón

SECRETARIA PROVISIONAL DE LA ASOCIACION



**UNIVERSIDAD DE CUENCA**

# **ANEXO 4**



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### ESTATUTOS DE LA "ASOCIACIÓN DE TURISMO EL COLIBRÍ"

#### CAPITULO I

##### NOMBRE, DOMICILIO Y NATURALEZA JURÍDICA DE LA ORGANIZACIÓN.

**Artículo 1.- NOMBRE.-** Se constituye la "Asociación de Turismo El Colibrí", regulada por las disposiciones del Código Civil, el presente estatuto y el reglamento interno que se dictare.

**Artículo 2.- DOMICILIO.-** La Asociación tendrá su domicilio en la Comunidad de Cochaseca, perteneciente a la Parroquia El Progreso, jurisdicción del Cantón Nabón, en la provincia del Azuay, República del Ecuador.

**Artículo 3.- NATURALEZA.-** La Asociación, es una persona jurídica, de derecho privado, sin fines de lucro, con duración indefinida y número de socios indeterminados, cuya estructura, funcionamiento y finalidad se determinarán en el presente estatuto.

**Artículo 4.- PROHIBICIÓN.-** La Asociación, como tal no podrá intervenir en asuntos de carácter político, racial, laboral, sindical y religioso. Tampoco ejercerán actividades de crédito.

#### CAPITULO II

##### OBJETIVOS, FINES ESPECÍFICOS Y FUENTES DE INGRESO

**Artículo 5.-** Son fines y objetivos de la Asociación los siguientes:

- a) Registrar en su seno a los guías en turismo, que libre y voluntariamente, (debidamente autorizados con la Licencia de Guías, otorgada por el Ministerio de Turismo), deseen afiliarse y coadyuvar en su superación profesional, capacitación y actualización de conocimientos permitiendo así, respeto y consideración al guía de turismo en el ámbito nacional, con trabajo y colaboración mutua;
- b) Propender mancomunadamente a la fortaleza de la Asociación que permita el reconocimiento y respeto por parte del organismo de control a la actividad desarrollada por los guías de Turismo;
- c) Proceder ante los organismos de control a la defensa de sus asociados, cuando así lo amerite el caso;
- d) Impulsar la actividad turística en la Comunidad de Cochaseca;
- e) Promover a nivel local, provincial, regional, nacional e internacional, los atractivos turísticos de la Comunidad;
- f) Vigilar por la conservación y mejoramiento de los atractivos turísticos que existen en el sector;
- g) Procurar mejores condiciones de vida para sus miembros, buscando mejores niveles de capacitación, para la prestación de sus servicios;-



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

- h) Realizar planes de trabajo, proyectos de reformas legales, reglamentarias y más programas que vayan directamente en beneficio de los miembros de la Asociación;
- i) Mantener relaciones de confraternidad con organizaciones similares;
- j) Realizar gestiones ante las Instituciones públicas y privadas, nacionales o extranjeras para el financiamiento de los diferentes proyectos y programas que inicie la Asociación en beneficio de sus miembros;
- k) Promover la unidad, solidaridad y mutua colaboración entre sus miembros y demás gestores de la actividad turística;
- l) Buscar créditos favorables para sus miembros, a fin de que se inviertan exclusivamente en capacitación y profesionalización;
- m) La Asociación podrá adquirir toda clase de bienes inmuebles y muebles, así como servicios necesarios para ejecutar sus fines;
- n) Promover las actividades culturales y turísticas en coordinación con organismos gubernamentales, no gubernamentales o privados para alcanzar el mejoramiento cultural de sus miembros, mediante la organización de cursos, conferencias, seminarios, etc.;
- o) Realizar cursos, seminarios y talleres, sobre temas relacionados a la actividad de guianza turística; y,
- p) Publicar y difundir las gestiones trabajos y estudios que la Asociación o sus miembros aporten, para cumplir los objetivos de desarrollo turístico y cultural.

**Artículo 6.- FUENTE DE INGRESOS:** Son fuentes de ingreso y constituyen patrimonio de la Asociación lo siguientes:

- a) Las cuotas ordinarias y extraordinarias de los socios, así como el valor de las cuotas de ingreso que se fijen oportunamente;
- b) Las herencias, legados y donaciones, subvenciones que hicieren a la Asociación personas naturales o jurídicas;
- c) Los bienes que se obtengan por la realización de actividades diversas acordes con los fines propuestos;
- d) Los bienes muebles e inmuebles que posean y que se adquieran por los medios legales; y,
- e) Las multas recaudadas por sanciones.

### CAPITULO III

#### CLASE DE MIEMBROS

**Artículo 7.-** La Asociación tendrá los siguientes miembros:

- a) Fundadores;
- b) Adherentes;
- c) Honorarios; y,
- d) Patrocinadores.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

**Artículo 8.- MIEMBROS FUNDADORES.-** Son aquellas personas naturales que suscribieron el Acta Constitutiva.

**Artículo 9.- MIEMBROS ADHERENTES.-** Son aquellas personas naturales que solicitaren por escrito al Directorio su voluntad de ingresar a la Asociación y fueren legalmente aceptados previo el cumplimiento de los requisitos para el efecto.

**Artículo 10.- MIEMBROS HONORARIOS.-** Son aquellos personas naturales nombradas como tales por la Asamblea General, por haber contribuido con actos relevantes sociales, culturales en beneficio de la Asociación, y sus miembros.

**Artículo 11.- MIEMBROS PATROCINADORES.-** Son aquellas personas naturales a quienes la Asamblea General o el Directorio le confiera esta distinción en virtud de las aportaciones económicas temporales o permanentes a favor de la asociación.

**Artículo 12.-** Para ser miembros se requiere:

- a) Ser ecuatoriano de nacimiento;
- b) Estar en goce de los derechos de ciudadanía;
- c) Estar domiciliado en el cantón;
- d) Ser mayor de edad;
- e) Pagar la cuota de ingreso al momento de ser aceptado; y,
- f) Tener destreza en la elaboración de alguna artesanía propia del cantón.

**Artículo 13.-** No podrán ser miembros de la asociación:

- a) Las personas jurídicas y los incapaces ante la ley;
- b) Los expulsados de otras Asociaciones; y,
- c) Los que hubiesen sido sentenciados como autores, cómplices o encubridores en juicio penal

### CAPITULO IV

#### DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS MIEMBROS

**Artículo 14.-** Son derechos de los Miembros Fundadores y Adherentes:

- a) Asistir y participar en las Asambleas Ordinarias y Extraordinarias con voz y voto;
- b) Elegir y ser elegido como miembro del Directorio de la Asociación;
- c) Participar en las diferentes actividades de la Asociación;
- d) Representar a la Asociación ante las diferentes instituciones públicas y privadas sobre asuntos concernientes a la Asociación; y,
- e) Gozar de todos los beneficios que establezca la Asociación a favor de los miembros.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### **Artículo 15.-** Son obligaciones de los Miembros Fundadores y Adherentes:

- a) Asistir a las Asambleas Ordinarias y Extraordinarias convocadas de conformidad con el estatuto,
- b) Acatar las resoluciones de la Asamblea General y del Directorio;
- c) Cumplir con las disposiciones del estatuto, reglamento interno y resoluciones emanadas de la Asamblea General;
- d) Pagar puntualmente las cuotas ordinarias y extraordinarias, resueltas por la Asamblea General y el Directorio;
- e) Integrar las distintas comisiones que le encomiende la Asamblea General; y,
- f) Informar a todos los miembros, de los programas, proyectos, actividades o asuntos de interés.

### **Artículo 16.-** Son derechos de los Miembros Honorarios:

- a) Asistir y participar en las deliberaciones de la Asamblea General, con derecho a voz y no a voto;
- b) Participar en las diferentes actividades o programas de la Asamblea General;
- c) Representar ante las diferentes Instituciones públicas y privadas en asuntos concernientes a los intereses de la Asociación, cuando el Directorio lo solicitare; y,
- d) Desempeñar las funciones que le encomiende la Asamblea General o el Directorio.

### **Artículo 17.-** Son obligaciones de los Miembros Honorarios:

- a) Asistir a las Asambleas Ordinarias y Extraordinarias cuando sean convocadas por el Directorio de conformidad con el presente estatuto, con voz sin voto; y,
- b) Cumplir con las disposiciones del estatuto, reglamento interno y resoluciones de la Asamblea General.

### **Artículo 18.-** Son derechos de los Miembros Patrocinadores:

- a) Asistir y participar en las deliberaciones de la Asamblea General con derecho a voz y no a voto;
- b) Participar en las diferentes actividades o programas de la Asociación;
- c) Representar ante las diferentes instituciones públicas y privadas en asuntos en concernientes a los intereses de la Asociación, cuando el Directorio lo solicitare; y,
- d) Desempeñar las funciones que le encomiende la Asamblea General o el Directorio.

### **Artículo 19.-** Son obligaciones de los Miembros Patrocinadores:

- a) Asistir a las Asambleas Ordinarias y Extraordinarias cuando sean convocadas por el Directorio de conformidad con el presente estatuto, con voz sin voto; y,
- b) Cumplir con las disposiciones del estatuto, reglamento interno y resoluciones de la Asamblea General.





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

**Artículo 20.- INGRESO O EGRESO DE MIEMBROS.-** Será comunicado al Ministerio de Turismo el ingreso o egreso de miembros, para el correspondiente trámite.

### CAPITULO V REGIMEN DISCIPLINARIO

**Artículo 21.-** Cualquier miembro de la Asociación, que faltare o incumpliere las normas establecidas en el estatuto, reglamento interno y las resoluciones de los órganos directivos, será sancionado de conformidad con la gravedad de la falta cometida, siendo estas:

- a) Amonestación verbal o escrita;
- b) Multa;
- c) Suspensión temporal de los derechos; y,
- d) Expulsión.

**Artículo 22.-** Son causales de amonestación:

- a) Incumplir a las resoluciones de la Asamblea General o del Directorio; y,
- b) Faltar al respeto al Directorio o a sus asociados.

**Artículo 23.-** Son causales de multa:

- a) Reincidir en la falta por la que haya sido amonestado;
- b) Faltar a la sesiones sin causa justificada; y,
- c) Reincidir en el incumplimiento a las disposiciones estatutarias, reglamentarias o las resoluciones acordadas por los organismos directivos.

El valor de la multa se establecerá en el Reglamento Interno que se dictare.

**Artículo 24.-** Son causales de suspensión temporal:

- a) Negarse a pagar la cuotas ordinarias y extraordinarias;
- b) Reincidir en las faltas sancionadas con amonestación, multas y conducta que afecte el prestigio e intereses de la asociación; y,
- c) Quebrantar las disposiciones estatutarias y reglamentarias.

**Artículo 25.-** Son causales de expulsión:

- a) Desprestigiar el buen nombre de la Asociación;
- b) Disponer de los fondos de la Asociación, sin perjuicio de la acción legal correspondiente; y,
- c) Usar el nombre de la Asociación para fines políticos.

**Artículo 26.-** Las sanciones serán impuestas respetando el derecho a la defensa o réplica y al debido proceso.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### CAPITULO VI

#### SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS

**Artículo 27.-** Los conflictos internos de la Asociación deberán ser resueltos por los organismos propios de la organización y con estricta sujeción a las disposiciones del presente estatuto. En caso de no lograr solución de los conflictos, los mismos serán sometidos a la resolución de los Centros y Tribunales de Arbitraje y Mediación, cuya carta deberá ser puesta a conocimiento del Ministerio de Industrias y Productividad. De igual manera se procederá en caso de seguir controversia con otras organizaciones.

### CAPITULO VII

#### CAUSALES PARA PÉRDIDA DE LA CALIDAD DE MIEMBROS

**Artículo 28.-** Se pierde la calidad de miembro por las siguientes causas:

- a) Renuncia voluntaria;
- b) Exclusión;
- c) Expulsión; y,
- d) Fallecimiento.

### CAPITULO VIII

#### ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN INTERNA

**Artículo 29.-** Para su funcionamiento de la Asociación se establece los siguientes organismos directivos: la ASAMBLEA GENERAL y el DIRECTORIO.

#### ASAMBLEA GENERAL

**Artículo 30.-** La Asamblea General es el máximo organismo directivo de la Asociación y estará integrada de los miembros que se encuentren en pleno goce de sus derechos.

**Artículo 31.- Asamblea General Ordinaria.-** La Asamblea General ordinaria deberá reunirse trimestralmente, el último domingo, el quórum para la instalación será de la mitad más uno de los socios que integran la Asociación, la concurrencia será comprobada por el Secretario de la misma, si no hubiere quórum a la hora señalada, se esperará una hora y sesionará con el número de socios presentes y las decisiones será obligatoria para todos los miembros, siempre y cuando consten en el orden del día de la convocatoria. La convocatoria la realizará el presidente por lo menos con ocho días de anticipación al día de la sesión.

**Artículo 32.- Asamblea General Extraordinaria.-** Las Asamblea General extraordinaria se convocará y reunirá en cualquier tiempo siempre que fueren convocadas por el presidente y





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

secretario en donde se incluirán el correspondiente orden del día. Serán solicitadas por cualquier miembro del Directorio o a pedido de por lo menos las dos terceras partes de sus miembros y por escrito. Las convocatorias se realizarán por lo menos con cuarenta y ocho horas de anticipación al día de la sesión.

Las sesiones de la Asamblea General, serán presididas por el Presidente de la Asociación y actuará como secretario el titular de la misma. Las resoluciones se tomarán por mayoría de votos de los concurrentes y la votación será pública y nominal, y obligatoria para todos.

**Artículo 33.-** Son atribuciones de la Asamblea General:

- a) Estudiar y resolver asuntos que juzgue conveniente para la defensa de sus aspiraciones y derechos;
- b) Elegir y posesionar a los miembros del Directorio de conformidad con este estatuto;
- c) Aprobar el Reglamento Interno de la Asociación.
- d) Aprobar las reformas del estatuto, Reglamento Interno, las mismas que serán discutidas y aprobadas en dos sesiones diferentes, y con el voto de por lo menos de las dos terceras partes de sus miembros;
- e) Aprobar el presupuesto y planes de trabajo de la Asociación
- f) Facultar al Presidente y Tesorero la adquisición de bienes para la Asociación, si la cuantía es superior a cien dólares;
- g) Resolver la disolución de la Asociación con el voto de por lo menos el 75% del número de los miembros activos y presentes; y,
- h) Ejercer todas las demás atribuciones que estén de acuerdo con la ley y con el presente estatuto.

### DEL DIRECTORIO

**Artículo 34.-** El organismo ejecutivo permanente que regirá el funcionamiento de la Asociación, es el DIRECTORIO, que estará conformado de las siguientes dignidades, nombradas por el periodo de dos años, pudiendo ser reelegido por una vez consecutiva:

- a) Presidenta/e;
- b) Vicepresidenta/e;
- c) Secretaria/o;
- d) Tesorera/o; y,
- e) Dos Vocales Principales y dos Suplentes.

**Artículo 35.-** Los vocales suplentes elegidos reemplazarán a los dos Vocales Principales en su orden.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Para ser elegido miembro del Directorio necesita ser miembro de la Asociación y estar al día en el pago de sus cuotas y o.

**Artículo 36.-** En caso de ausencia o falta del Presidente, le reemplazará el Vicepresidente y a falta de los anteriormente nombrados uno de los Vocales, siguiendo para ello el orden de la elección.

**Artículo 37.-** El Directorio sesionará ordinariamente cada dos meses y extraordinariamente, cuando lo convoque el Presidente, o a petición de tres o más miembros del Directorio.

**Artículo 38.-** El Directorio no podrá sesionar sino con la concurrencia de por lo menos la mitad más uno de sus miembros principales.

**Artículo 39.-** Son atribuciones del Directorio:

- a) Cumplir con las resoluciones adoptadas por la Asamblea General;
- b) Formular y aprobar el Presupuesto y los Reglamentos Internos de la Asociación;
- c) Cumplir y hacer cumplir a los miembros el Estatuto y vigilar la marcha de la organización y procurar el engrandecimiento de la misma;
- d) Elaborar el plan de trabajo y ponerlo a consideración de la Asamblea General para su discusión y aprobación.
- e) Analizar sobre las solicitudes para la admisión de nuevos miembros;
- f) Presentar proyectos de reforma del estatuto y reglamento, para que sean resueltos por la asamblea general;
- g) Considerar y resolver las actividades de la organización, procurando el logro de sus fines; y,
- h) Las demás que le confiere el presente estatuto y su reglamento interno.

### DE LA PRESIDENTA O DEL PRESIDENTE

**Artículo 40.-** Son derechos y obligaciones de la Presidenta o del Presidente:

- a) Representar a la Asociación legal, judicial y extrajudicialmente;
- b) Convocar a Asamblea General o de Directorio, presidiendo las mismas;
- c) Suscribir la correspondencia que fuere necesaria para el buen desenvolvimiento de la Asociación;
- d) Coordinar las acciones y actividades de la Asociación con los demás organismos e instituciones que fueren del caso;
- e) Presentar el informe a la Asamblea General de sus actividades;
- f) Cumplir y hacer cumplir el presente estatuto, reglamento y demás disposiciones emanadas por la Asamblea General; y,



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

- g) Las demás atribuciones que señalen los estatutos y reglamentarios que rigen la entidad.

### DE LA VICEPRESIDENTA O DEL VICEPRESIDENTE

**Artículo 41.-** Son atribuciones de la Vicepresidenta o del Vicepresidente:

- a) Corresponde al Vicepresidente reemplazar en los casos de ausencia o faltas, al Presidente con todos los derechos y atribuciones; y,
- b) Colaborar en las representaciones en el trabajo de las Comisiones.

### DE LA SECRETARIA O DEL SECRETARIO

**Artículo 42.-** Son atribuciones de la Secretaria o del Secretario:

- a) Actuar en las sesiones de la Asamblea General y del Directorio;
- b) Redactar las respectivas actas de las sesiones de los organismos del Directivos;
- c) Organizar y cuidar los archivos de la Asociación, como todos los documentos a su cargo;
- d) Convocar a sesiones de la Asamblea General, Directorio o de las Comisiones en sus respectivos trabajos de acuerdo con el Presidente;
- e) Redactar y enviar la correspondencia, acuerdos y resoluciones que tomen los organismos directivos, suscritos conjuntamente con el Presidente;
- f) Llevar el Libro de acuerdos y resoluciones de la Asamblea General y del Directorio, y dar fe de los actos y resoluciones de los mismos; y,
- g) Las demás contempladas en el estatuto, reglamento y acuerdo de la Asamblea General.

**Artículo 43.-** Se prohíbe al Secretario conceder certificaciones o entregar documentos oficiales, sin autorización del Directorio o del Presidente.

### DE LA TESORERA O DEL TESORERO

**Artículo 44.-** Son atribuciones y deberes del Tesorero o Tesorera:

- a) Recaudar las cuotas ordinarias y extraordinarias que fueren establecidas y depositarla en la cuenta respectiva;
- b) Administrar y responder por los fondos y bienes de la Asociación de acuerdo con el presente estatuto y resoluciones de la Asamblea General;
- c) Organizar la contabilidad de los fondos de la organización;
- d) Efectuar toda clase de egresos conjuntamente con el Presidente;
- e) Formular y presentar a la Asamblea General o el Directorio el informe del movimiento económico, cuando el caso así lo requiera;



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

- f) Ser solidariamente responsable con el Presidente del manejo de los fondos y bienes de la organización; y,
- g) Cumplir con el estatuto y demás resoluciones de la Asociación.

### DE LAS O DE LOS VOCALES PRINCIPALES

**Artículo 45.-** Son atribuciones y deberes de los Vocales:

- a) Asistir a las reuniones del Directorio y de la Asamblea General, participando en las discusiones y resoluciones;
- b) En caso de ausencia definitiva o impedimento legal del Presidente, le subrogarán de acuerdo con el orden de elección;
- c) Participar activamente formando las comisiones que la Asociación considere necesarias constituir las; y,
- d) Las demás que señale la Asamblea General, el Directorio o el presente estatuto.

### DE LAS O DE LOS VOCALES SUPLENTE

**Artículo 46.-** Atribuciones y deberes de los Vocales Suplentes:

- a) Subrogar en caso de ausencia temporal o definitiva de los vocales principales, en su orden de elección; y,
- b) Cumplir con las resoluciones del Directorio o de la Asamblea General.

## CAPITULO IX RÉGIMEN ECONÓMICO

**Artículo 47.-** Son fondos de la Asociación:

- a) Las cuotas de ingreso, las ordinarias, extraordinarias y más disposiciones que estableciere la Asamblea General de acuerdo a las necesidades de la Asociación;
- b) Las donaciones, erogaciones voluntarias que le hicieren a la Asociación; y,
- c) Los demás ingresos que le correspondan por cualquier concepto y que se destinen a su favor.

**Artículo 48.-** En todas sus actividades la Asociación observará las disposiciones del Código Tributario y demás leyes que regula la materia económica.

**Artículo 49.-** La Asociación en caso de recibir subvenciones presupuestarias del Estado, se someterá a la supervisión de la Contraloría General del Estado y la normativa legal aplicable.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

**Artículo 50.-** La Asociación en sus actividades expresamente observará las ordenanzas municipales vigentes y que se dictaren que norman el ordenamiento urbano y el saneamiento ambiental; así como las normas y restricciones que impartan los demás organismos de control.

**Artículo 51.-** Los bienes que importe o introduzca la Asociación al amparo de las exoneraciones, quedan prohibidas de enajenarse y traspasar su dominio durante el tiempo previsto en la ley, periodo en el cual los organismos de control, podrán solicitar su exhibición, de presumir la introducción indebida, impondrá las sanciones tributarias correspondientes.

### CAPITULO X

#### CAUSAS PARA LA DISOLUCION Y PROCEDIMIENTO PARA LA LIQUIDACIÓN

**Artículo 52.-** La Asociación se disolverá por no cumplir con sus objetivos, por disminuir el número de socios del número reglamentario o por las causas determinadas en la Ley.

**Artículo 53.-** En caso de liquidación de la Asociación, resolverá la última Asamblea General.

### CAPITULO XI

#### MECANISMOS DE ELECCIÓN, DURACIÓN Y ALTERNABILIDAD DE LA DIRECTIVA

**Artículo 54.-** Las dignidades del DIRECTORIO, serán nombradas por el periodo de DOS año, pudiendo ser reelegidos por un periodo igual, por una vez consecutiva.

#### DISPOSICIONES GENERALES:

**PRIMERA.-** La Asociación debe remitir el acta de Asamblea General en la que se aprobó el egreso o ingreso de miembros de la organización, con la respectiva nómina con los datos de la cédula de ciudadanía, nacionalidad y firma de los socios asistentes, al Ministerio de Turismo para el correspondiente registro.

**SEGUNDA:** Es obligación de todos los miembros de la Asociación un ejemplar del presente estatuto y someterse a sus disposiciones.

**TERCERA:** En caso de que la Asociación no cumpla con los fines establecidos o disminuya a un número menor de cinco miembros podrá disolverse en decisión tomada por Asamblea General; y los bienes y fondos de la Asociación se liquidarán de conformidad a la Ley.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

**CUARTA.-** En caso de reconsiderarse una resolución, ésta será estudiada en la sesión siguiente de su planteamiento, siempre que se cuente a favor de las reconsideraciones las dos terceras partes de los concurrentes.

### DISPOSICIÓN TRANSITORIA

**PRIMERA.-** La Directiva provisional durará en sus funciones hasta que sea nombrada la directiva definitiva, una vez aprobado el Estatuto por el Ministerio de Turismo.

**SEGUNDA.-** El presente Estatuto entrará en vigencia a partir de su aprobación por el organismo correspondiente.

**CERTIFICO:** Que, el Estatuto que antecede, de la "Asociación de Turismo El Colibrí", fue aprobado por unanimidad por todos los miembros fundadores, en dos sesiones, llevadas a cabo los días sábado, 13 y 20 de abril del año dos mil trece.-Nabón, 22 de mayo de 2013.-

Sra. Sara Raquel Ramón Ramón  
SECRETARIA PROVISIONAL DE LA ASOCIACIÓN  
DE TURISMO EL COLIBRI





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Ramón Godoy Fany Patricia  
C.I. 010484629-0

Ramón Ramón Arcelia Rebeca  
C.I. 010556433-0

Ramón Ramón Carlos Alfredo  
C.I. 010686882-1

Ramón Ramón Mariana Eulalia  
C.I. 010621374-7

Ramón Ramón Rocío Beatriz  
C.I. 010303802-2

Ramón Ramón Rosaura Salomé  
C.I. 010547220-3

Ramón Suconota Segundo Fidel  
C.I. 010121835-2

Ramón Godoy Freddy Fernando  
C.I. 010656736-5

Ramón Ramón Bertha Teresa  
C.I. 010476394-1

Ramón Ramón Galo Saúl  
010354129-8

Ramón Ramón Olga Gabriela  
C.I. 010610614-9

Ramón Ramón Rosa Inés  
C.I. 010420123-1

Ramón Ramón Sara Raquel  
C.I. 010506047-9



**UNIVERSIDAD DE CUENCA**

# **ANEXO 5**





# UNIVERSIDAD DE CUENCA

FOCUS GROUP (Grupo Focal)	
Tema: "Turismo y Desarrollo Comunitario Caso de la Comunidad Cochaseca, Parroquia El Progreso, Cantón Nabón, desde diciembre 2009 hasta la actualidad.	

MODERADOR: ING. GERARDO ALVARRACIN					
OBSERVADORES: ARMANDO ROMERO, MAYRA PILLCO					
FECHA: 1 DE JUNIO DE 2013					
PARTICIPANTES:					
	NOMBRE	EDAD	CÉDULA	FIRMA	
1	Ramón Ramón Olga Gabriela	19	010610614-9		
2	Susana RAMON	28	0105060447-9		
3	Ramón Ramón Hariana Eugenio	24	010610374-7		
4	Cesar Rodrigo Guacha Ramón	22	010661874-7		
5	Rosa Inés Ramiro Ramón	32	010420123-1		
6	Jose Karel Guacha Alvarado	46	0102472133-8		
7	Rocio Beatriz Ramón Ramón	43	010303802-2		
8	Amelio Benabé Jaramilla Ramón	36	010430345-5		
9	Gulo Suel Ramón Ramón	39	010354129-8		
10	Freddy Fernando Ramón Guey	24	010656736-5		
11	Ricardo Aguilar	40	010444700-0		



UNIVERSIDAD DE CUENCA

FOCUS GROUP (Grupo Focal)						
Tema: "Turismo y Desarrollo Comunitario Caso de la Comunidad Cochaseca, Parroquia El Progreso, Cantón Nabón, desde diciembre 2009 hasta la actualidad.						
12	Carlos Ramón	22	010686882-1			
13	Lupe Beatriz Guazha Ramón	20	010673319-9			
14	Rebeca Ramón	26	010556433-0			
15	Fanny Ramón	31	010484629-0			
16						
17	Wilfrido Jaramillo	31	010493328-8			
18						
19						
20						
21						
22						
23						
24						